

## **MOLLET ES FERIA**

Análisis del comercio en Mollet del Vallès: espacio público y urbanidad



María Mercedes Andrade Vallejo

Director: Joaquín Sabaté Bel  
Co-directora: Paula Orduña

Barcelona, 2016

**Créditos de la imagen de portada**  
**El mercat del pollastre (Joan Abelló, 1963)**  
Tomado del libro El Mollet d'ABELLÓ  
Fundació Municipal Joan Abelló  
Mollet del Vallès, 2009

María Mercedes Andrade Vallejo

## **MOLLET ES FERIA**

Análisis del comercio en Mollet del Vallès: espacio público y urbanidad

Director: Joaquín Sabaté Bel

Co-directora: Paula Orduña

Tesina de Máster de Urbanismo  
Departamento de Urbanismo y Ordenación del Territorio  
Escuela Superior de Arquitectura Barcelona  
Universidad Politécnica de Cataluña

Barcelona, 2016





"Esta tesis / tesina / TFM no contiene, hasta donde honestamente conozco, ningún material previamente publicado o presentado en cualquier otra institución, que no esté estricta y precisamente citado en la misma".



## **AGRADECIMIENTOS**

A mi tutor, el profesor Joaquín Sabaté, quien supo encaminar este trabajo, ayudándome a desenmarañar las ideas que tenía en la mente al iniciar la investigación, y a Paula Orduña, co-tutora en este trabajo, por el tiempo que dedicó a leer mi trabajo y a enriquecerlo con sus valiosísimos aportes. A todos mis compañeros y profesores de este curso de Máster, sus conocimientos y experiencia han aportado de manera valiosa, no solo este trabajo, sino también a mi crecimiento personal y profesional.

A mis amigos y mi familia, en especial mi padre y hermanos, que, pese a la distancia, están apoyándome y dándome aliento para terminar esta empresa. Un especial agradecimiento a Jenny Herrera y Cristina Salinas, mis queridísimas primas, quienes me acogieron en un país extraño y que me permitieron conocer la hermosa ciudad de Mollet del Vallès, que se convirtió en objeto de estudio de esta investigación, y a César, que me acompañó en esta aventura y a quien admiro muchísimo. Sin su apoyo, paciencia y motivación, todo habría sido más difícil.

Al Ayuntamiento de Mollet del Vallès, en especial a David García, Xavier Ludevid e Imma Camuñas del Departamento de Planeamiento, a Alex Cerrillo y a Victoria Caballero de Mollet Impulsa, y a Maria Dolors González del Arxiu Municipal, por ayudarme a recabar la información que sustenta esta tesina. A los molletenses del grupo de Facebook "Mollet del Vallès", por el valioso tiempo que dedicaron a llenar mi encuesta y por las muestras de apoyo y ánimo que me enviaron sin conocerme.

Finalmente, pero no menos importante, al Gobierno de la República del Ecuador que, a través de su Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) y del Instituto de Fomento al Talento Humano (ITFH), me otorgaron la beca que sirvió para financiar estos estudios.



## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>Resumen</b>	<b>13</b>
<b>Preámbulo</b>	<b>15</b>
<b>Introducción</b>	<b>19</b>
0.1    La Preocupación	21
0.2    Las Preguntas	25
0.3    El Tema y la selección del caso de estudio	37
0.4    Los objetivos, las intuiciones, y la metodología	49
0.5    El comercio urbano y el espacio público	55
<b>Capítulo 1: El comercio en el tejido urbano de Mollet</b>	<b>79</b>
1.1    Formas de comercio	81
1.2    Localización del comercio	101
<b>Capítulo 2: El comercio como catalizador del uso del espacio público en Mollet</b>	<b>127</b>
2.1    División parcelaria	131
2.2    Forma de las calles comerciales	137
2.3    Permeabilidad y transparencia de fachadas	149
2.4    Intensidad de uso comercial y densidad urbana	157
<b>Capítulo 3: El comercio como generador de urbanidad en Mollet</b>	<b>169</b>
3.1    El comercio de escala humana como articulador urbano	177
3.2    El comercio de gran escala como articulador interurbano	181
<b>Conclusiones Finales</b>	<b>187</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>191</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>197</b>



*"La ciudad constituye la negación de la autosubsistencia y del autoconsumo, por lo que deviene sinónimo de actividad comercial por excelencia".*

Carles Carreras i Verdaguer, 1995.

*"En las calles y espacios urbanos de poca calidad solo tiene lugar el mínimo de actividad. La gente se va deprisa a casa. Un buen entorno hace posible una gran variedad de actividades humanas completamente distintas".*

Jan Gehl, 2003.

*"Yet if towns and cities are to have a civic and cultural center, there must be a marketplace nearby".*

Alex Wall, 2005.

*"Each of these early shops [by Victor Gruen] (...) demonstrated variations on a theme intensely worked out in the detail design: shopping is not just a raw exchange of money and goods but an activity that is social, interactive, theatrical, aesthetic, and involving motion and flow: an activity profoundly urban".*

Alex Wall, 2005.

*"El comerç és tant part del carrer com dels edificis en els quals s'allotja: és allà on les voreres es fan amples".*

Eulàlia Gómez Escoda, 2015.





La presente investigación busca poner en relación diferentes aspectos de esta relación entre comercio y ciudad, tomando como caso de estudio a Mollet del Vallès, una ciudad mediana perteneciente a la segunda corona de la Región Metropolitana de Barcelona. En ella se analiza cómo es capaz el comercio de generar urbanidad, entendiendo a esta como una relación dinámica entre el comercio, el espacio público y las personas.

El comercio es capaz de generar urbanidad, vida urbana, en las ciudades gracias a que pone en relación las edificaciones (llenos) con los espacios públicos (vacíos) de la ciudad. Esta relación es posible gracias a la porosidad (permeabilidad), tanto física como visual, que crea al abrir las fachadas hacia la acera. Este contacto da forma al escenario de la calle y permitir un constante intercambio de personas y actividades entre lo público y lo privado.

Diferentes tipos de comercio, generan diferentes formas de urbanidad en las ciudades. Un comercio que se sitúa dentro de tejidos más antiguos, donde el parcelario es más fragmentado, es un comercio que está en relación con la persona, a una escala humana, y que da forma al escenario cotidiano de los habitantes de la ciudad. Así, es capaz también de influir en la calidad de las aceras, fomentando la circulación peatonal por las calles de la ciudad.

El comercio que se sitúa en tejidos más nuevos, en la periferia del casco antiguo, es un comercio que, a una gran escala, pone énfasis a su relación con las autovías y carreteras, relegando al viandante a un segundo plano, y buscando más bien satisfacer las demandas comerciales de los motoristas que circulan por los anillos perimetrales de las ciudades. Este comercio crea paisajes publicitarios que dan forma a la fachada urbana, promocionando la ciudad y a la vida que esconde.

## Resumen

### Palabras clave:

*Comercio, ciudad, espacio público, centralidad, concentración comercial, escala, permeabilidad, urbanidad, paisajes publicitarios.*



## Quito, la ciudad desierta

Es un domingo por la mañana. Un domingo como todos. El sol se levanta por el oriente, después de iluminar los valles de Cumbayá y Tumbaco. Después bañar Guápulo y su iglesia colonial, ubicada desde donde Francisco de Orellana, hace siglos ya, partió en busca de El Dorado y encontró el Río Amazonas. Al finalizar todo este recorrido, el sol llega por fin a mi ventana, en la séptima planta, y se empieza a colar a través de la cortina amarilla de mi habitación. La invade con la luz cálida y abrasadora de un día que promete buen clima.

Me levanto, voy a la cocina y descubro que no tengo nada para prepararme el desayuno. Entonces, decido tomar una ducha, ponerme ropa de calle y salir a desayunar en algún restaurante de mi barrio, Mariscal Sucre, que hasta hace unas pocas horas era el escenario vibrante de toda la vida nocturna de Quito. Salgo por la Avenida Cristóbal Colón hacia el Este y veo todos los locales cerrados. Sigo caminando hasta que me encuentro con la Avenida Río Amazonas y la tomo hacia el sur. Es día de ciclopaseo, por lo que la avenida está totalmente libre de coches y llena de gente en bicicleta que va, en grupo o sola, de norte a sur o de sur a norte, formando grandes caravanas. Sólo pasan, circulan. Mientras los veo, sigo buscando un local abierto donde pueda tomar un café y comer una empanada de verde con queso o un bolón. Nada...

Llego al parque El Ejido, patrimonial por sus árboles antiquísimos. Pero más aún, por ser el sitio donde se produjo la infame muerte de Don Eloy Alfaro, militar y estadista liberal ecuatoriano a manos de una turba de quiteños iracundos. Para mi suerte, tras caminar más de quince minutos, encuentro un puestito que vende ensalada de frutas dentro del parque y por fin como algo para apaciguar mi estómago.

## Preámbulo

Sin darme cuenta, había llegado ya al centro de la ciudad. Decidí continuar y caminar un poco por aquel casco histórico que le valió a Quito ser declarado primer Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1978 por la UNESCO. Para mi sorpresa, los locales tradicionales de la ciudad, esos en los que se pueden comer deliciosos sánduches de pernil, estaban todos cerrados. Apenas veo locales abiertos: los de franquicias de “fast food”. Para no perder el “viaje” de algo menos de una hora a pie, entro al Museo de la Ciudad, junto al Palacio de Carondelet, en la Plaza Grande, a mirar qué nueva exposición hay.

Regreso a casa en bus y, mientras estoy en camino, recuerdo que no tengo nada para comer ahí. Paso de largo y llego al Mall El Jardín, el centro comercial más cercano a mi casa. Una larga fila de coches espera para entrar, la mayoría con una o dos personas en su interior. Frente al mall todo está cerrado, pero por dentro está todo abierto: la librería, la papelería, el supermercado, los almacenes de ropa y zapatos, las joyerías y tiendas de lencería. Ahí encuentro a la gente que no vi antes, a la gente que había dejado vacía la ciudad. A la gente que había hecho de Quito una ciudad desierta...



**Fig. 1: Quito, la ciudad desierta.**

Un domingo cualquiera en Quito, las calles vacías en La Mariscal. Los negocios cerrados y las calles "abandonadas".

Fuente: Elaboración propia, 2016.



## Introducción

En las páginas siguientes detallaré el tema de estudio de la presente investigación y las motivaciones que me llevaron a decidir aproximarme al tema del comercio urbano. Se expondrá también el método de selección del caso de estudio y una breve reseña de lo que se ha dicho de la relación comercio-ciudad y de la relación comercio-espacio público en los ámbitos de la geografía y el urbanismo.

El comercio y la ciudad constituyen un binomio aparentemente inseparable. Muchas veces damos por sentado su relación simbiótica. Sin embargo, cuando parece que esta relación se está rompiendo y que, en consecuencia, el espacio público parece ser abandonado progresivamente, como a veces siento que está sucediendo en mi ciudad, Quito, surge la preocupación por estudiar, o re-estudiar, esta relación en ciudades donde parece que no existe este “divorcio”, para tratar de dotarme de herramientas básicas que me permitan, en otro momento, estudiar a mi ciudad.





Mi inquietud por analizar la relación del comercio con la ciudad nace de mi experiencia en la ciudad donde nací, Quito. Una ciudad que se ha transformado rápidamente gracias a la bonanza petrolera de los años setenta del siglo XX, y que tuvo otro impulso de crecimiento entre 2008 y 2013 gracias, nuevamente, a los ingresos producto del incremento del precio del barril de petróleo. En ambas ocasiones, el sector de la construcción se benefició enormemente: en el siglo pasado, con la construcción de nuevas vías que extendieron la ciudad; y en este, con la gran inversión pública para la dotación de equipamientos, especialmente hospitalarios, a nivel nacional. Más ingresos para las constructoras que contrataron con el Estado resultó, lógicamente, en más capital y liquidez para la inversión en proyectos privados, como la construcción de edificios de vivienda multifamiliar y de oficinas en varios sectores del norte de la capital ecuatoriana. Durante estos años era común ver cómo a diario se derribaban casas para dar paso a estas grandes torres de entre ocho y doce niveles, dependiendo del sector de la ciudad, levantadas casi siempre sobre su propio atrio, un metro por encima del nivel de la acera, bajo el cual yacen entre dos y cuatro niveles de estacionamientos subterráneos para cumplir con lo que establecen las normativas vigentes en la ciudad (Fig. 2).

Simultáneamente, los centros comerciales empezaron a renovarse. Algunas remodelaciones eran apenas estéticas; sin embargo, en el 2012, se llevó adelante una gran reforma en los accesos de dos de los centros comerciales más importantes y céntricos de Quito, el Centro Comercial Iñaquito (CCI) y el Quicentro Shopping. Esta mega obra, en cuyo proceso de diseño estuve involucrada, era parte de un proyecto de mejora del espacio público de la Avenida Naciones Unidas, uno de los más importantes (y pocos) ejes en sentido este-oeste de la ciudad.

## 0.1 La Preocupación



**Fig. 2: Intersección Av. Colón y 9 de Octubre.**

A la derecha, un edificio residencial posterior a los 1970s, con el retiro frontal usado como parqueadero. A la izquierda, el edificio Plaza Colón II, donde viví por más de dos años, sobre su atrio, bajo el cual existen cerca de 120 plazas de estacionamiento.

Fuente: Google Earth – Street View, 2016.



**Fig. 3: Av. Naciones Unidas 2011-2012**

Fuente: Google Earth, 2016.

El ayuntamiento buscaba crear un gran boulevard con aceras de 20 metros de ancho, recuperando así los terrenos laterales a la vía. Hasta ese momento, este espacio había sido ocupado por aparcamientos tanto por los dos centros comerciales mencionados, como por los demás edificios colocados a lo largo del eje vial. Después de varios meses de negociación, se acordó que el ayuntamiento concedería permiso a los centros comerciales para que construyan nuevas rampas de acceso a sus subsuelos en espacio público, a cambio de que estos financien la obra de construcción de las nuevas aceras. Finalmente, una obra pensada para la movilidad peatonal fue, ante la opinión pública, un proyecto para incentivar y facilitar la circulación de los coches particulares (Fig. 3).

Gracias a esa bonanza económica y de la construcción, la clase media resurgió en un país que, hace tan solo diecisiete años, vivió su peor crisis financiera en la historia republicana. En 1999 quebraron la mayor parte de los bancos nacionales, mucha gente quedó en la calle después de perder tanto sus ahorros como sus viviendas, la moneda local se devaluó estrepitosamente pasando de 5.000 a 25.000 sucres por cada dólar de los Estados Unidos de América. El Ecuador encontró en la adopción del dólar la única forma de frenar la galopante inflación. Sin embargo, en el 2008 el panorama parecía diferente, mientras llegaban noticias de la explosión de la burbuja inmobiliaria en países como Estados Unidos y España, en Ecuador la economía parecía librarse de casi una década de atasco. Este auge significó, para las personas, una mayor capacidad adquisitiva y de endeudamiento y, para las ciudades, un cambio en sus paisajes urbanos y un incremento desmedido en la cantidad de vehículos motorizados que circulan a diario por sus calles. Según un dato publicado en 2013 por Diario El Telégrafo, en Quito, la tasa de crecimiento del parque automotor es del 11% (El Telégrafo, 2013).

Casi cinco veces mayor que su crecimiento poblacional, que es del 2.2%, de acuerdo con el último censo realizado en 2010 (STHV Quito, 2010).

Todo esto hizo que me detuviera a pensar sobre qué es lo que está pasando en la ciudad. En mi percepción, Quito está cada día más desértica, más deshabitada, menos viva... Parece que la vida de la ciudad, otrora en las calles, ahora se ha desplazado al interior de contenedores como son los centros comerciales y los mismos automóviles. Es que, ¿quién quiere caminar por una calle que parece desierta? No se ve atractiva si la comparamos, por ejemplo, con el interior de un centro comercial (Fig. 4). Es que esta arquitectura cerrada, a veces autista y parásita y que reproduce la vida de la calle (Allegri, 2013), parece haberse convertido en el paradigma de espacio comercial quiteño; relegando a la calle a ser, simplemente, un espacio que permite la conexión entre el punto A y el B, sin que ocurra nada más en ella. En Quito, el comercio se distanció de la calle y la calle, como espacio cívico, urbano, social, fue abandonada.



**Fig. 4: Interior del centro comercial San Luis Shopping ubicado al suroriente de Quito.**

Fuente: <https://www.flickr.com/photos/75593889@N05/6813777757/in/dateposted/>; 2016-06-07 17:55.



Las calles de Quito, cuando menos las del norte que es donde he vivido y trabajado, se han vaciado de actividad pública. Si bien aún queda gente que camina la ciudad, cada vez somos menos los que no nos desplazamos con un coche particular. Tal vez sea un mal que se extiende por toda Latinoamérica, pero por lo menos lo es en Ecuador y, en particular, en Quito. El coche aún es visto como un símbolo de estatus social; tenerlo significa estar un puesto más arriba en algún escalafón ficticio. Es así, probablemente, porque la ciudad se está pensando en escala para los coches, una escala a 50 o 60 km/h (Dalsgaard, 2014; Gehl, 2006). Al responder la planificación de Quito a los automóviles, la ciudad empezó a perder sus fachadas comerciales, reemplazándolas por los centros comerciales, edificios grandes y casi siempre cerrados, que se ubicaron en el llamado "hipercentro". Como mencioné en el apartado anterior, las torres residenciales y de oficinas empezaron a romper su relación con la calle debido a la normativa que les permite subir un metro del nivel de la rasante (Concejo Metropolitano de Quito, 2008), fracturando la calle, alejando aún más el comercio de la acera, ese minúsculo espacio que aún le queda al viandante. Las calles, entonces, quedan desoladas, dando paso a la inseguridad (Jacobs et al., 2011), iniciando un ciclo vicioso del que, al menos de momento, no hemos logrado salir. Esta es mi percepción de Quito...

En contraposición con esas calles apuradas quiteñas, que no solo no invitan a la estancia, sino que hacen que queramos llegar pronto a un refugio, donde el espacio colectivo al interior de los centros comerciales ha reemplazado el espacio público olvidado y en malas condiciones, está mi experiencia al llegar a Barcelona hace casi ya un año. Si la calle en Quito se ha convertido en un "no-lugar" (Augé, 1993), la calle de Barcelona se nutre de un gran movimiento peatonal, muchas tiendas en plantas bajas con un constante intercambio de usuarios desde y hacia el espacio público, unas aceras continuas y homogéneas.

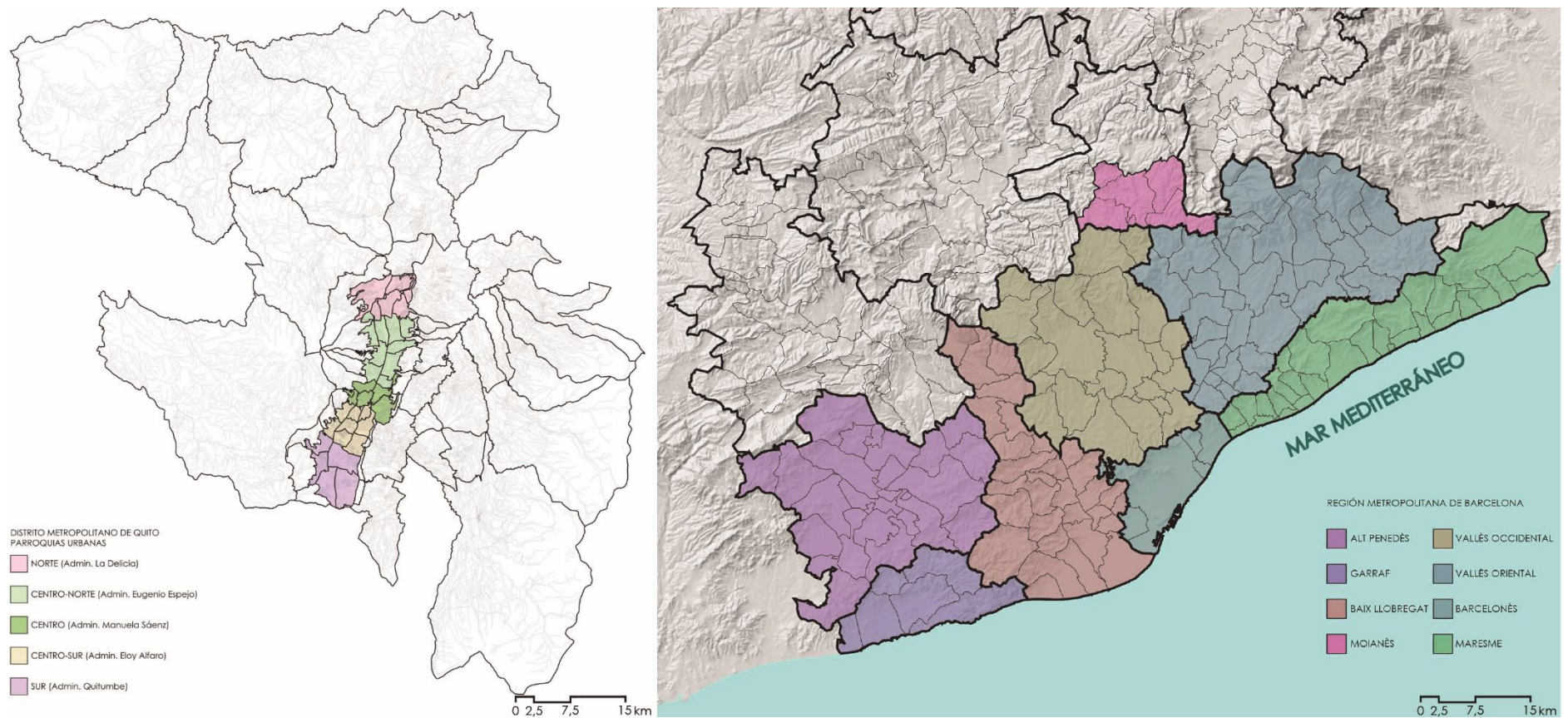
## 0.2 Las Preguntas

Libres, en general, de barreras arquitectónicas que limiten la movilidad a pie. Aceras amplias, como las del Ensanche Cerdà, con sus cinco metros que permiten el uso tanto como espacio de estar, gracias a las terrazas de bares y restaurantes, como el de circular libremente para desplazarse de un punto a otro en la ciudad. Entonces, viene a mi mente una pregunta: ¿por qué? O mejor, ¿qué relación hay entre la calle y el comercio en Barcelona que no veo que exista en Quito?

Debido a que me encuentro en Barcelona y recopilar información sobre Quito es, en este momento, extremadamente complicado por la distancia (no puedo salir y ver con mis ojos lo que sucede ahí), tomé la decisión de no llevar adelante una comparación entre ambas ciudades. Mi intención es, entonces, estudiar lo que sucede en Barcelona para determinar fenómenos que, más adelante y en otra investigación, podré buscar en Quito. Además, la experiencia de estudiar esta ciudad me permitirá también estructurar una metodología de trabajo con la que pueda hacer, al menos, una primera aproximación al fenómeno comercio-calle en mi ciudad.

Con este antecedente, debo indicar primero que Barcelona y Quito son ciudades bien diferentes. Ambas ciudades han alcanzado un estatus metropolitano por su fuerte influencia en el entorno territorial. Barcelona-ciudad está conformada por 10 distritos y tiene una extensión de 10.215 ha con una población de 1.604.555 habitantes, según cifras del padrón municipal a 2015 (IDESCAT, 2016) y una densidad poblacional media de 157 hab./ha. En cambio, la Región Metropolitana de Barcelona, conformada por 167 municipios, tiene una extensión de 323.600 ha y aproximadamente 4.776.107 habitantes (Comissió d'Ordenació Territorial Metropolitana de Barcelona, 2010; IDESCAT, 2016), que implica una densidad poblacional media de 14,76 hab./ha.





**Fig. 5: A la derecha, el Distrito Metropolitano de Quito; a la izquierda, la Región Metropolitana de Barcelona.**

Fuente: Elaboración propia sobre planos tomados de la web del Municipio Metropolitano de Quito y de la Diputació de Barcelona, 2016.

<sup>1</sup> “La pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) es una medida de pobreza multidimensional desarrollada en los 80's por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). El método abarca cinco dimensiones y dentro de cada dimensión existe indicadores que miden privaciones:

**Capacidad económica.-** El hogar se considera privado en esta dimensión si: i) los años de escolaridad del jefe(a) de hogar es menor o igual a 2 años y, ii) existen más de tres personas por cada persona ocupada del hogar.

**Acceso a educación básica.-** El hogar se considera privado en esta dimensión si: existen en el hogar niños de 6 a 12 años de edad que no asisten a clases.

**Acceso a vivienda.-** El hogar está privado si: i) el material del piso es de tierra u otros materiales o, ii) el material de las paredes son de caña, estera u otros.

**Acceso a servicios básicos.-** La dimensión considera las condiciones sanitarias de la vivienda. El hogar es pobre si: i) la vivienda no tiene servicio higiénico o si lo tiene es por pozo ciego o letrina o, ii) si el agua que obtiene la vivienda no es por red pública o por otra fuente de tubería.

**Hacinamiento.-** El hogar se considera pobre si la relación de personas por dormitorio es mayor a tres” (INEC, 2016a).

Quito, tiene una superficie urbana, de 52.479 ha y una población de 1.609.418 habitantes, según cifras del último censo nacional de población del 2010, lo que quiere decir que existe una densidad poblacional media de 30,67 hab./ha. En ciertos sectores con alta concentración de servicios terciarios (edificios de oficinas, sedes gubernamentales y centros comerciales), como las parroquias de Ñaquito y Rumipamba, ubicadas en el centro norte de la ciudad (en la Administración Zonal Eugenio Espajo), la densidad poblacional baja a 28 hab./ha; mientras que llega a su pico más alto en las parroquias del centro sur (en la Administración Zonal Eloy Alfaro), Solanda y San Bartolo, con 176 y 163 hab./ha respectivamente. El Distrito Metropolitano (DMQ), por su parte, abarca un territorio de 423.050 ha y un estimado de 2.551.721 habitantes de acuerdo a las proyecciones para el año 2015 (INEC, 2016b; STHV Quito, 2010), lo que representa una densidad media de apenas 6 habitantes por hectárea. Por esto Quito, a diferencia de Barcelona, se considera una ciudad dispersa, con los graves problemas que ello suscita para la distribución de infraestructura, sobre todo de transporte, y servicios básicos, a pesar de ser la ciudad con el más bajo índice de pobreza por necesidades básicas<sup>1</sup> en el Ecuador.

Sin embargo, las diferencias entre ambas ciudades no se limitan solamente al ámbito de extensión territorial y poblacional. Quito, ubicada en el centro norte del Ecuador, en de la provincia de Pichincha, está conformada por un sistema de valles y elevaciones conocido como la hoya de Guayllabamba (Fig. 6), en la cordillera de Los Andes, a una altitud media de 2.850 m.s.n.m., con referencia al Océano Pacífico. El Distrito Metropolitano está atravesado por la línea equinoccial, por lo que no puede decirse que existan estaciones como tales, aunque sí una época lluviosa entre septiembre y mayo, y otra seca, entre junio y agosto. En cuanto al clima, Quito tiene una temperatura media de 13,6 °C, una humedad relativa promedio de 76,6% y 128 días de precipitación al año (Wikipedia, 2016d).

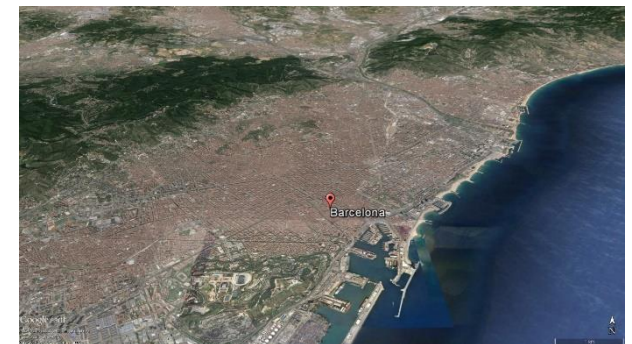


El valle en el que se asienta la zona urbana propiamente, mide entre 3 y 8 km de ancho y 50 km de largo, debido a la cordillera andina occidental y a las estibaciones de la cordillera oriental, lo cual la convierte en una ciudad esencialmente lineal, con fuertes problemas de conexión en sentido este-oeste, siendo particularmente difícil la movilidad entre la ciudad y sus valles orientales debido a las pocas vías de salida con las que cuenta. Esta localización, sin embargo, garantizó en tiempos de su fundación, que la ciudad no sufra de inundaciones, pero a la vez, dificultó el crecimiento de la ciudad por la gran cantidad de quebradas que marcan su accidentada topografía (Collin Delavaud, 2002).

Barcelona, por su parte, es una ciudad ubicada en el hemisferio norte, por encima del Trópico de Cáncer, con un clima mediterráneo y una temperatura media anual de 15,5 °C, una humedad relativa promedio de 70% y 57 días de precipitación al año (Wikipedia, 2016b). Está asentada sobre un llano entre los ríos Llobregat y Besòs (Fig. 7), con una altitud media de 13 m.s.n.m., respecto al Mar Mediterráneo, al cual se abre como ciudad portuaria. Está limitada por los municipios de l'Hospitalet del Llobregat, Sant Adrià del Besòs y Santa Coloma de Gramanet, que forman parte de su Área Metropolitana. Hacia el norte, está también delimitada por la Sierra del Collserola, hacia donde la ciudad sube, generando importantes pendientes marcadas, a nivel urbano, por las Travesseras como la de Les Corts y Gràcia. A nivel territorial, Barcelona es un importante nudo de comunicaciones: concentra y distribuye los desplazamientos entre las demás ciudades y provincias de Cataluña con el resto de comunidades autónomas y de la península con el resto de Europa por el Mediterráneo.



**Fig. 6: Relieve de Quito.**  
Fuente: Google Earth, 2016.



**Fig. 7: Relieve de Barcelona.**  
Fuente: Google Earth, 2016.



**Fig. 8: Quito – Plaza de San Francisco 1950**

Fuente: Sergio de Luna Gus a través de la página de Facebook "Quito Nostálgico"  
[https://scontent-mad1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-9/14199614\\_1099339313437170\\_3160700468832884461\\_n.jpg?oh=4e205641af52baec34d0f378f48a92a7&oe=584C3AE0](https://scontent-mad1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-9/14199614_1099339313437170_3160700468832884461_n.jpg?oh=4e205641af52baec34d0f378f48a92a7&oe=584C3AE0)  
Acceso: 2016-09-09, 13:49

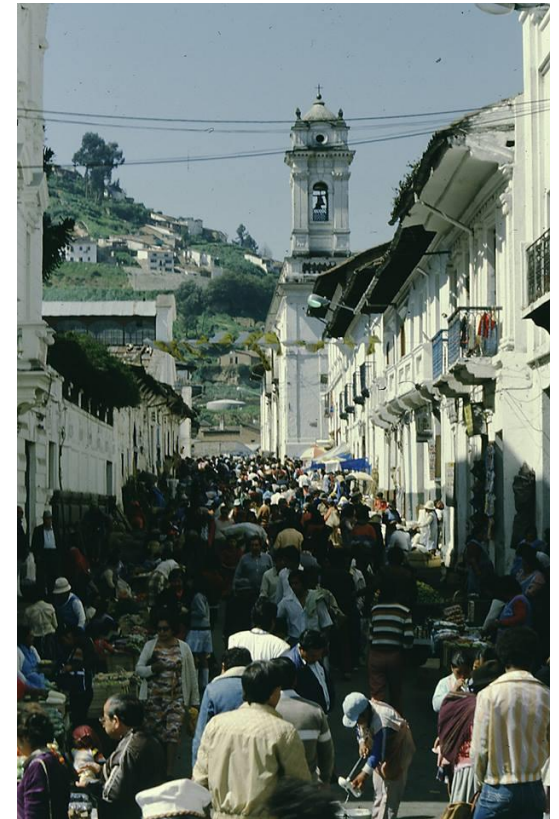
Antes de ahondar sobre aspectos sociales, económicos y culturales, está claro que Quito y Barcelona son ciudades muy diferentes, con clima, topografía, procesos de formación y crecimiento distintos. La primera, una ciudad andina rodeada por montañas; la segunda, una ciudad mediterránea, bañada por el mar. Sin embargo, en ambos casos, se trata de ciudades encrucijadas del comercio – en Quito, terrestre y aéreo y en Barcelona, marítimo, ferroviario y aéreo – que tienen un gran peso e influencia regional.

### **El comercio en Quito**

Poco se sabe sobre la ciudad de Quito antes de la conquista y su fundación española en 1534 debido a la falta de registros escritos. De hecho, entre los datos que son conocidos, no existía propiamente un asentamiento que pudiera llamarse ciudad; lo que existían eran varios caseríos con tierras agrícolas y organizados entre sí formando un señorío étnico (Collin Delavaud, 2002), pero a diferencia de otros señoríos asentados a lo largo del callejón interandino, el asentamiento de Quito, al pie de Cruz Loma (en el volcán Pichincha), *"fue un centro político, religioso, comercial y económico de tan especial importancia como para atraer a los incas en plan de conquista"* (Salvador Lara, 1992). De hecho, la actividad religiosa estaba estrechamente relacionada con la actividad comercial. Según describe Anne Collin Delavaud en su libro *Quito, la ciudad del volcán*, el culto religioso llevó a los pobladores de los asentamientos vecinos andinos, pero también de aquellos en la costa y en el oriente, hasta Quito, convirtiendo a la ciudad en una encrucijada comercial gracias a su posición estratégica, justo en el punto en el que los desiertos del sur andino se convierten en tierra fértil (Collin Delavaud, 2002).

*“Las actas del Cabildo de 1535 confirman que el mercado, cuya existencia se remonta al siglo V, estaba situado en la actual plaza de San Francisco al inicio del período de Integración. Ahí se vendía oro y plata, perlas y piedras preciosas, además de algodón, ají, coca, sal, maíz y tubérculos provenientes de todos los pisos ecológicos a cien kilómetros a la redonda. (...) Durante toda la historia del mundo, las ciudades siempre nacieron del intercambio, y su desarrollo dependió de su situación favorable para el comercio. Entonces, este mercado fue un verdadero punto de encuentro para los habitantes de los cacicazgos de las diversas áreas ecológicas de la hoya de Quito, quienes intercambiaban los productos típicos de sus zonas cálidas, templadas o frías. Aunque también funcionaban otros mercados, (...) el de Quito parece haber sido el más importante, pese a que planteaba mayores dificultades para llevar los productos al mercado.” (Collin Delavaud, 2002).*

El punto de intercambio comercial en Quito, según la historia aceptada y recogida por cronistas colonizadores e historiadores contemporáneos, como Jorge Salvador Lara y Anne Collin Delavaud, se ubicada en la actual Plaza de San Francisco. Esta plaza se encuentra a escasas tres cuadras al sur occidente de la Plaza Grande, donde se ubica el Palacio de Carondelet, sede del gobierno nacional, la Alcaldía de Quito, la Catedral y el Palacio Arzobispal. El mercado ancestral de San Francisco, que tuvo sus orígenes antes de la conquista inca y española, perdió su intensa actividad en los inicios del siglo XXI, cuando se reubicó a los vendedores en los llamados “centros comerciales del ahorro BBB (bueno, bonito y barato)”, mercados no alimentarios públicos de varios niveles.



**Fig. 9: Quito – Calle Cuenca en los 1980s**

Fuente: Página de Facebook “Quito Nostálgico” [https://scontent-mad1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-](https://scontent-mad1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-0/s526x395/14199288_1093055857398849_4401699521940085496_n.jpg?oh=c2e143f5db267594fb86181288b59585&oe=5838D58D)

[0/s526x395/14199288\\_1093055857398849\\_4401699521940085496\\_n.jpg?oh=c2e143f5db26759](https://scontent-mad1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-0/s526x395/14199288_1093055857398849_4401699521940085496_n.jpg?oh=c2e143f5db267594fb86181288b59585&oe=5838D58D)

[4fb86181288b59585&oe=5838D58D](https://scontent-mad1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-0/s526x395/14199288_1093055857398849_4401699521940085496_n.jpg?oh=c2e143f5db267594fb86181288b59585&oe=5838D58D)

Acceso: 2016-09-09, 18:02.



Sin embargo, el comercio en la calle no llegó a desaparecer por completo, pese a los esfuerzos del Ayuntamiento: “¿No es asombroso, por tanto, que la tradición del mercado haya perdurado hasta hoy día? Las recientes ordenanzas relativas al comercio callejero en el Centro Histórico lo limitaron a ciertas calles, sin embargo de lo cual sigue siendo una fuerza viva que nadie puede desplazar del ancestral sitio precolombino” (Collin Delavaud, 2002).

“El franciscano Córdova y Salinas refiere, hacia 1651, que el monasterio de San Francisco se construyó ‘en el sitio donde solían vivir los capitanes más poderosos del inca’ y cita al arzobispo Gonzaga, quien en 1587 escribía que el convento e iglesia de San Francisco ‘entre los primeros y principales edificios de la ciudad ocupa el mejor lugar’” (Salvador Lara, 1992).



**Fig. 10: Quito – Calle Benalcázar con la plaza e Iglesia de San Francisco en el fondo, foto probablemente tomada en los años 1990.**

Fuente: Página de Facebook “Quito Nostálgico” [https://scontent-mad1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-9/14344887\\_1107147275989707\\_7584775831105485000\\_n.jpg?oh=46500ffabd1df9d573304bf1f865933&oe=5880F9A0](https://scontent-mad1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-9/14344887_1107147275989707_7584775831105485000_n.jpg?oh=46500ffabd1df9d573304bf1f865933&oe=5880F9A0)

Acceso: 2016-09-21, 16:25.

Durante el corto período incaico en el actual territorio ecuatoriano, de aproximadamente 50 años, la ciudad de Quito empezó a tomar aún más importancia gracias a que el emperador inca Huayna Capac estableció su residencia en la ciudad tras haber tomado por esposa a la princesa de la tribu cara, Paccha, oriunda de la localidad (Salvador Lara, 1992). Tras la llegada de los conquistadores desde España durante la guerra civil del Imperio Inca, la ciudad de Quito cobró una nueva importancia por las riquezas que se decía existían en esas tierras, lo que llevó a Rumiñahui, general del último emperador inca, Atahualpa, a quemar el mercado para que no caiga en manos de los conquistadores (Collin Delavaud, 2002).

Quito fue, entonces, fundada sobre las cenizas de la que fue la capital norte del Tahuantinsuyo. La ciudad colonial nunca tuvo una muralla, ya que su posición geográfica brindaba una protección excepcional, a la vez que servía como puente de comunicación entre España y el Virreinato de Lima, convirtiéndose también, muy temprano, en una Real Audiencia. Según el recuento de Collin Delavaud, Quito era, también, el centro del comercio de la Audiencia, monopolizando la exportación, gracias al puerto de Guayaquil, de la producción de textiles de las ciudades cercanas durante los siglos XVI y XVII. A inicios del siglo XVIII, la importancia económica de Quito empieza a mermar cuando el acceso a la ciudad, de apenas 35.000 habitantes, empezó a ser difícil producto de una serie de desastres naturales que, finalmente, empezarían a detener su crecimiento económico (Collin Delavaud, 2002).

Durante el siglo XIX, el crecimiento de Quito y su comercio estuvieron ligeramente estancados. No sería hasta el “boom petrolero” en los años 1970 del siglo XX cuando la expansión demográfica y física de la ciudad llevaría a la ciudad a tomar su forma actual. Sin embargo, la ciudad tendría que esperar otros treinta años para situarse a la cabeza en cuanto al comercio en el Ecuador. El segundo “boom petrolero” a finales de la primera década del 2000, traería consigo una dinamización del comercio urbano, así como un crecimiento en las importaciones y exportaciones nacionales, pero, sobre todo, un mayor poder adquisitivo para los quiteños, que vimos, por primera vez, que Quito se convertía en la capital económica, no solo política, del país, relegando a Guayaquil en una segunda posición en los sectores financieros y de servicios (Spurrier Baquerizo, 2013).



**Fig. 11: La Boquería.**

Fuente: <http://spainmadeforyou.nl/wp-content/uploads/2014/05/Boqueria-market-Barcelona.jpg>, Acceso: 2016-09-21, 17:15.



**Fig. 12: Rambla de los Estudios. Lluís Bartrina. Arxiu Andreu Valldeperas.**

Fuente: <http://fotosdebarcelona.com/category/fotografias-antiguas/>, Acceso: 2016-09-26, 18:16.

## El comercio en Barcelona

Si buscamos comparar el comercio de Quito y Barcelona, la primera diferencia que salta a la vista es que Barcelona es una ciudad portuaria, mientras que Quito es una ciudad tierras adentro, encerrada entre volcanes. Esa condición, de puerto, además de claras diferencias geográficas y culturales, han marcado una diferente evolución comercial de ambas ciudades.

La Barcelona medieval estaba organizada en torno a los espacios residenciales, que conjugaba la vivienda en las plantas superiores, con el trabajo artesanal o el comercio, en los bajos (Carreras i Verdaguer, 1995). El comercio era la base del sustento en la ciudad (Carreras i Verdaguer, 1995), que por su posición geográfica en el Mediterráneo, era el puente del comercio entre la península y otros puertos de Europa.

Durante la edad media, el comercio se limitaba a la subsistencia de la población no productora la ciudad, donde la venta persona a persona era importante (Carreras i Verdaguer, 1995), pero, a partir del siglo XVIII, empieza a darse un cambio social que llevaría a la experiencia de comprar a un nivel diferente, en el que el comercio empieza a tomar un papel protagónico en la construcción de la ciudad, dando paso a nuevas formas urbanas en el siglo XIX, como la construcción de mercados municipales en hierro y vidrio, como Sant Antoni y La Boquería (fig. 11), la creación de grandes almacenes y los primeros pasajes comerciales (Carreras i Verdaguer, 1995).

A partir del siglo XX, el comercio de Barcelona empieza a transformarse. A inicios de siglo, las actividades industriales en las ciudades cercanas eran potentes, sobre todo en el ámbito textil y del cuero, así como la industria automotora. Sin embargo, para la década de 1990, el sector terciario empezó a tomar más fuerza en cuanto al subsector de servicios, en especial en oferta turística. Barcelona, entonces, empieza a venderse como una mercadería (Carreras i Verdaguer, 1991, 1995), tras su importante transformación de cara a los juegos olímpicos de 1992. Como pudimos ver a lo largo de las clases de este máster, el llamado "Modelo Barcelona" empezó a exportarse y la ciudad se convirtió en objeto de estudio y destino turístico importante para urbanistas y público en general. Pese a los cambios introducidos en el siglo XIX con nuevos modelos comerciales, como los grandes almacenes y, posteriormente, los centros comerciales cerrados, en Barcelona, al menos durante el siglo XX, ha logrado persistir el comercio al detalle y cara a cara, gracias a que las personas aún mantienen la preferencia por el trato personalizado que brindan estos locales (Carreras i Verdaguer, 1995). Sin embargo, en el siglo XXI, el panorama está cambiando según la percepción de muchos. Sea por la actualización en los precios de alquiler de los locales, por la especulación del suelo, la gentrificación, la crisis económica o que las nuevas generaciones no deseen hacerse cargo de antiguos negocios familiares, o una combinación de todos estos y otros factores, los comercios antiguos y tradicionales están empezando a desaparecer (Ginart, 2014).





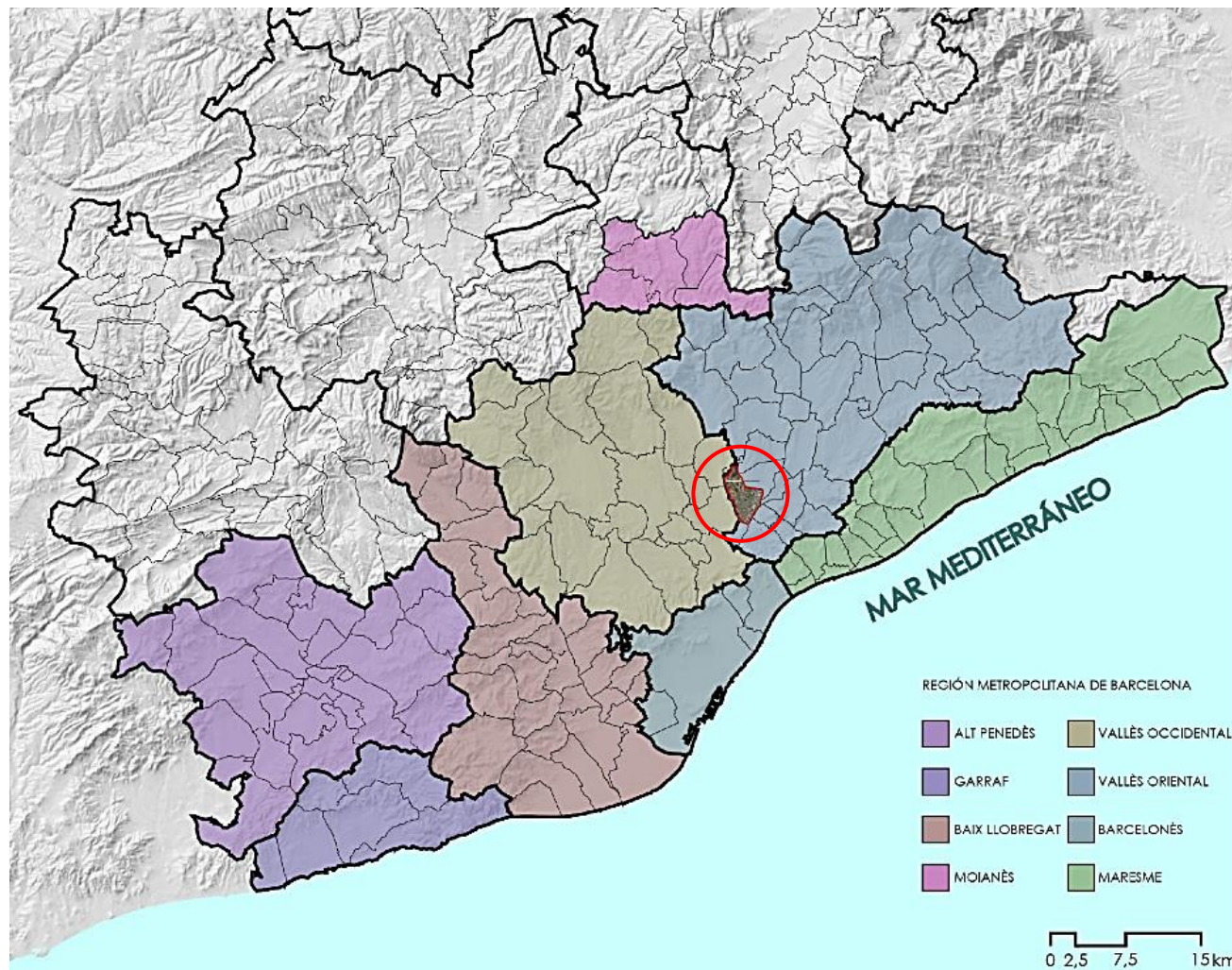
Como mencioné en el apartado anterior, no voy a realizar una comparación directa entre Quito y Barcelona. En este momento, mi interés se centra en analizar una ciudad que, en mi percepción, es opuesta a Quito en cuanto a la vida que puedo ver en la calle producto de la actividad comercial. Sin embargo, Barcelona es también una ciudad grande, por lo que esperar entender su complejidad en el limitado tiempo de resolución de una tesina de máster sería imposible. Ante esto, me veo obligada a delimitar mi caso de estudio a un área concreta, de una escala manejable. Para lograrlo, parto de recomendación de Manuel de Solà-Morales sobre cómo escoger el caso de estudio de un ejercicio que propuso: *“Para ello [estudio del crecimiento residencial de una ciudad], se estima conveniente que la **ciudad concreta** objeto del trabajo, sea de tamaño **inferior a los 50.000 habitantes** de forma que su no excesiva complejidad social, funcional y física, permita su análisis a grandes rasgos sin necesidad de una recogida de información que no sea elemental. Igualmente, parece conveniente, por esta misma razón, que la ciudad elegida sea **ya conocida por el alumno**. Las **poblaciones de la comarca de Barcelona**, tienen a este respecto, la ventaja de su proximidad geográfica, su mediano o pequeño tamaño, la disponibilidad de cartografía y la alusión al proceso de crecimiento comarcal en las clases teóricas”* (Solà-Morales, 1997). Las negrillas son mías.

Si bien el objeto de mi estudio no es el crecimiento residencial de una ciudad, sino la relación del comercio con la calle, creo pertinente tomar la recomendación de Solà-Morales en cuanto a centrar mi estudio a una **ciudad concreta**, de manera que lo observado puede considerarse propio de los procesos de dicha urbe y minimizar la incertidumbre, o el margen de error, de que cuanto observe pueda ser influenciado por sectores, barrios o distritos circundantes, fuera de mi área de estudio.

### 0.3 El Tema y la selección del caso de estudio

En lo que respecta a ciudades con una población **inferior a los 50.000 habitantes**, 146 ciudades de la Región Metropolitana de Barcelona (RMB) tienen entre 80 y 46.500 habitantes y una apenas supera el límite establecido para el ejercicio, **Mollet del Vallès**, con sus 51.662 habitantes (IDESCAT, 2016). Sin embargo, Mollet del Vallès **ya me es conocida**, tanto por haber sido objeto de estudio dentro del programa de máster, como por haber sido mi lugar de residencia durante el mismo, por lo que creo factible obviar esta pequeña diferencia de un 3,32% más de población que la que recomienda Manuel de Solà-Morales. Además, resulta de interés también la intervención de Can Mulà, una nueva centralidad que incluye un nuevo mercado. Por otra parte, Mollet del Vallès es **población de la Región Metropolitana de Barcelona**, más específicamente, de la comarca del Vallès Oriental. La selección de la ciudad de Mollet del Vallès no fue arbitraria, puesto que no solo cumple con las premisas del ejercicio, sino que es, como se verá más adelante, una ciudad relevante para el tema de estudio: el comercio y la calle.

La ciudad de **Mollet del Vallès** se encuentra ubicada en la RMB, a 19 kilómetros de Barcelona ciudad, en la comarca del Vallès Oriental, un territorio de con una economía basada en la industria, anteriormente textil, pero ahora diversificada hacia los sectores metalúrgicos, químicos y farmacéuticos. Pertenece a las ciudades de la segunda corona barcelonesa, lo cual la coloca en una posición privilegiada: está lo suficientemente cerca de Barcelona como para recibir su influencia; pero, a la vez, lo suficientemente lejos como para tener un carácter propio. Si bien la capital comarcal es Granollers, a escasos cinco minutos de viaje en tren, Mollet se está consolidando como una segunda capital comarcal, gracias a su posición geográfica, a caballo entre las dos comarcas del Vallès, que la convierte en un lugar ideal para la consolidación de proyectos de servicios terciarios (CCRS arquitectes, 2006).



**Fig. 13: Localización de Mollet del Vallès dentro de la Región Metropolitana de Barcelona.**

Fuente: Elaboración propia sobre un plano obtenido de la web de la Diputación de Barcelona, 2016.





**Fig. 14: Término municipal de Mollet del Vallès.**

Fuente: Elaboración propia sobre la ortofoto proporcionada por el Ayuntamiento de Mollet del Vallès, 2015.

En realidad, Mollet está a minutos de distancia de Barcelona gracias a las dos líneas de tren que sirven a la ciudad y que permiten llegar a Sants en 30 minutos, a Plaça de Catalunya en 20 y La Sagrera-Meridiana en 15. Es más, es posible tomar el tren desde Mollet al Aeropuerto del Prat y estar allí en cincuenta minutos, sin necesidad de realizar trasbordo alguno. Además, se encuentra conectada por carreteras y autovías, como la C-17 y la AP-7, que permiten el desplazamiento tanto de vehículos pesados, como de vehículos livianos y transporte público no solo con Barcelona sino con otros municipios próximos como Montcada i Reixac, Santa Perpètua de Mogoda, Sant Fost de Campsentelles, Palau-solità i Plegamans, Granollers, Caldes de Montbui, Sabadell, Terrassa, entre otros.

En cuanto a su extensión, el término municipal ocupa un territorio de 10,83 km<sup>2</sup>, de los cuales el 59% corresponde al área urbana y el 41% restante, al área de protección agrícola de Santa María de Gallecs, que apenas tiene una población de 125 personas que se dedican al cultivo. Dentro de los 6,38 km<sup>2</sup> del área urbana de la ciudad, 1 km<sup>2</sup> se encuentra completamente deshabitado y corresponde a los polígonos industriales de La Farinera y Can Magarola, estando solamente este último activo a la fecha, con la presencia de una empresa de producción de fármacos y químicos. En los 5,38 km<sup>2</sup> restantes se localizan los otros 51.573 habitantes de Mollet, con una densidad poblacional media de 96 habitantes por hectárea; siendo 0,08 hab./ha, la menor densidad registrada en el Polígono Industrial de Can Prat, y la mayor de 249 hab./ha, en el Barri de l'Estació del Nord (fig. 16 pág. 44).

De acuerdo con lo descrito en la memoria del Plan de Ordenación Urbanística Municipal de Mollet del año 2006, *“La realitat de la població és molt dinàmica. La població compta amb uns moviments migratoris molt importants, no només d’entrada de població, sinó també de sortida. Els moviments de població coincideixen en gran mesura amb espais geogràfics concrets: la conca del Besòs i el Baix Vallès. La ciutat esdevé així punt d’articulació entre aquests dos espais metropolitans”* (CCRS arquitectes, 2006). Esto se debe a que Mollet es una ciudad de aluvión, cuyo crecimiento más importante se ha dado por la inmigración de múltiples orígenes, tanto intracomunitarios como extracomunitarios, especialmente entre las décadas de los 60s y 70s del siglo XX. Por esto, puede considerarse a Mollet como una ciudad reciente (Solà-Morales, 1997). Además, a diario, existe gran movilidad de ida y vuelta entre Barcelona y Mollet, y entre Mollet y otras poblaciones del Baix Vallès, debido a las actividades de trabajo y estudio de los habitantes de estas ciudades. Estos movimientos son posibles gracias a las dos líneas férreas que atraviesan Mollet; la línea de Barcelona a Portbou, que pasa por la estación Mollet-Sant Fost, conocida también como Estació de França. Por ésta última circulan los trenes de cercanías R2 Nord Aeroport – Maçanet-Massanes por Sant Celoni, R2 Castelldefels – Granollers Centre y R8 Martorell – Granollers Centre; la línea de Barcelona a Puigcerdà, que pasa por la estación Mollet Santa Rosa, o Estació del Nord, por la que circulan los trenes de cercanías de la línea R3 L’Hospitalet de Llobregat – Puigcerdà por Ripoll (Fig. 17). La comunicación ferroviaria, sumada a las autopistas antes mencionadas, convierten a Mollet en un nudo de comunicaciones terrestres por su posición territorial privilegiada.

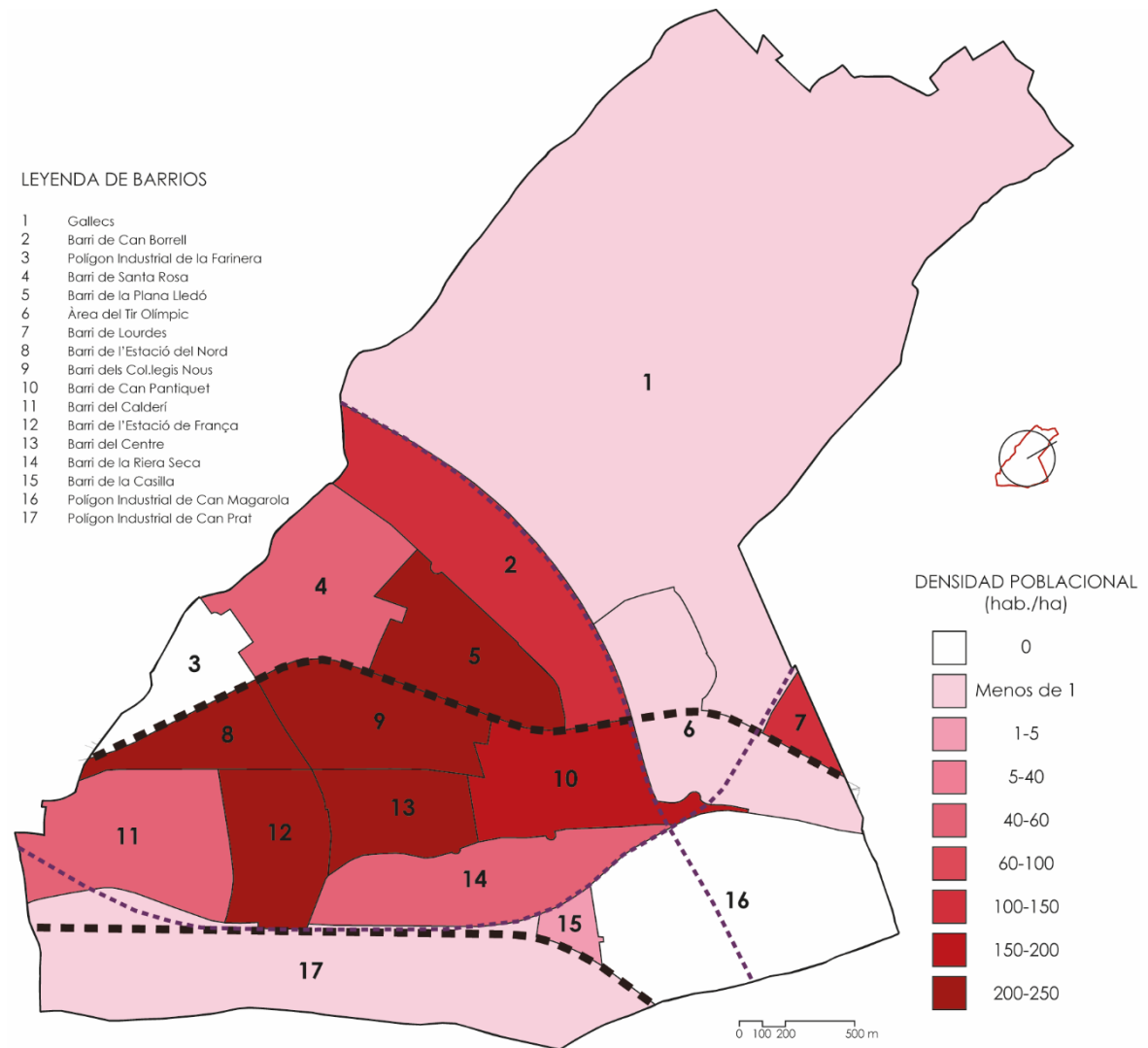
Precisamente, por esa localización articuladora metropolitana, el comercio en Mollet ha jugado un papel importante en la economía de la ciudad. Desde sus orígenes agrícolas hasta la industrialización del término municipal a mediados del siglo XX, el intercambio de productos ha sido el motor económico de Mollet (Ludevid i Massanas, 2006). No por nada tiene el privilegio de ser conocida actualmente por poseer el **uno de los mercados semanales más importantes del Baix Vallès**, como lo mencionaba el profesor Miquel Corominas durante este curso de máster, así como Alex Cerrillo de Mollet Impulsa (Ayuntamiento de Mollet del Vallès). La historia de este mercado itinerante se remonta a inicios del siglo XX cuando el mercado callejero dominical, que se situaba en la plaza frente a La Marineta (en la actual carrer Espanya), empezaba a ser fuente de discusiones en el pleno del Ayuntamiento en 1906 (Arimon, 2006). Ya para 1909, el Ayuntamiento regula y aprueba la realización del mercado semanal los días martes. El libro *Cent anys de mercat a Mollet (1906-2006)* (Arimon, 2006) recoge un fragmento publicado en el número 898 de *L'art del pagès* el 26 de octubre de 1909: “Des de feia anys, el mercat es feia els diumenges però per no assistir-hi gairebé ningú, l'Ajuntament acordà celebrar-lo els dimarts i avui ha tingut lloc el primer, molt animat”.

Puede entenderse la importancia tanto del comercio sedentario, ubicado en las plantas bajas de los edificios de Mollet, como del mercado itinerante callejero, al ver los conflictos que existían entre ambos desde inicios del siglo pasado. “Les botigues feien festa els diumenges però els venedors ambulants continuaven venent els seus productes: carbó, pinyons, arengades... fet que perjudicava els botiguers i venedors del poble; per això, el 17 d'octubre de 1909, l'Ajuntament acordà que ‘en vista que els establiments de venda fan el descans dominical, no es permeti tampoc vendre gèneres de cap mena als venedors ambulants’” (Arimon, 2006).



**Fig. 15: La Plaça de la Constitució, actual Plaça de Prat de la Riba, centro de la vida de la ciudad desde el siglo XX.**

Fuente: *Cent anys de mercat a Mollet*, 2006.



**Fig. 16: Densidades poblacionales por barrio.**

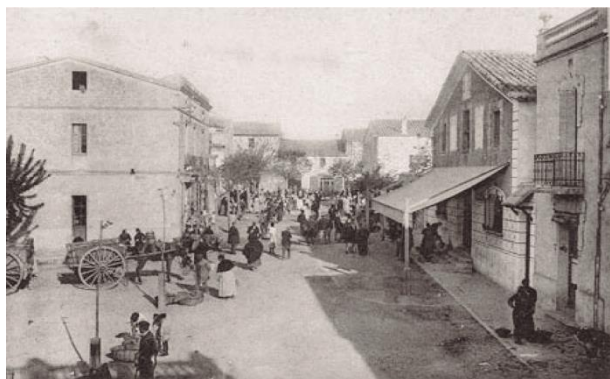
Fuente: Elaboración propia sobre plano tomado de la web del Ayuntamiento de Mollet del Vallès y con datos poblacionales por barrio de la misma web, 2016.





**Fig. 17: Ubicación de las estaciones ferroviarias de Mollet.**

Fuente: Elaboración propia sobre ortofoto proporcionada por el Ayuntamiento de Mollet del Vallès, 2016.



**Fig. 18: La Plaça del Mercadal, delante de La Marineta (derecha), en la actual carrer Espanya.**

Fuente: Cent anys de mercat a Mollet, 2006.

No eran estos los únicos conflictos entre vendedores sedentarios y ambulantes, las discusiones sobre la venta de ciertos productos en la vía pública, en especial de alimentos perecederos, como la carne y el pollo, harían que el ayuntamiento impulsara el proyecto de construcción de un mercado, con todas las facilidades y controles higiénicos necesarios, en la Plaça de la Constitució (actual Plaça de Prat de la Riba) en la década de los años treinta. Para tales efectos, se había dispuesto un terreno en la plaza, donde antes se ubicaba la masía de Can Dragó, y se iniciaron los estudios de este proyecto que, finalmente, no se llevaría adelante por el estallido de la Guerra Civil Española en 1936 (Arimon, 2006). En 1940 se retoman las conversaciones sobre la necesidad de tener un sitio cubierto y adecuado para la venta de alimentos en la ciudad y, casi una década más tarde, el edificio para el mercado sedentario se construiría, por fin, en 1949, durante la dictadura franquista. Sin embargo, este local sería mucho más pequeño que el proyectado veinticuatro años antes, y no contaría con las condiciones higiénicas necesarias para la venta de productos cárnicos (Arimon, 2006). Esta deficiencia que aquejaba a la población de Mollet del Vallès quedaría finalmente subsanada en 1996, cuando se inaugura el Mercat Nou en la Illa de Can Mulà, quedando el viejo edificio cerrado hasta el año 2005, cuando el ayuntamiento inaugura el Mercat Vell como “espacio cívico y cultural para todo tipo de actividades” (Ajuntament de Mollet del Vallès, 2016b).

El mercado semanal logró consolidarse gracias a las intervenciones del Ayuntamiento. A partir de 1909, se financió la impresión y colocación de volantes promocionales del mercado en los poblados vecinos. Además, se gestionó una rebaja en el precio de los pasajes de tren a Mollet con la compañía de ferrocarriles Madrid-Zaragoza-Alicante (MZA) “*per facilitar que la gent dels pobles del Baix Vallès, pugui venir-hi*” (Arimon, 2006).

El comercio propiciado por este mercado también generó obras a nivel urbano: para garantizar la calidad de los productos, se planteó la necesidad de cubrir el torrente Caganell, que se convertiría en la Rambla, eje importante del comercio en la actualidad. Otras intervenciones relevantes del ayuntamiento en fomento de este mercado fueron el alquiler de algunos predios para la localización de vendedores, el alquiler de puestos a comerciantes, tanto de Mollet como de los alrededores, y la creación de jerarquías viarias en función de la relevancia comercial de cada calle para el mercadillo. Esto último también con fines tributarios y recaudatorios: *“L’any 1916, a efectes tributaris, els carrers es classifiquen en tres categories: la carretera de Ribes, la plaça Major, el carrer de l’Estació i el carrer de Barcelona són els que es considera que tenen la major concentració d’activitat comercial i de serveis i paguen els impostos més cars. Els de segona categoria són els carrers Gaietà Ventalló, Indústria, Pere Ramon, plaça del Mercadal, Pau i Sant Vicenç. La resta de carrers i places són els de tercera categoria”* (Arimon, 2006).

A pesar del paso del tiempo, los cambios políticos y los cambios en los nombres de las calles, el mercado itinerante de Mollet se ha logrado afianzar en su estrecha relación con la calle. Tal vez se ha diversificado aún más su oferta: venden desde ropa hasta verduras y desde fundas para móviles hasta colchones, adaptándose así a las necesidades actuales y a las nuevas demandas; y se ha suprimido la venta de ciertos productos, como las carnes de todo tipo, por temas de salud pública.



**Fig. 19: Mercado municipal: proyecto de 1935, Mercat Vell de 1949 y Mercat Nou de 1996.**

Fuente: Elaboración propia con imágenes del libro Cent anys de mercat a Mollet (2006) y de Google Street View, 2016.





**Fig. 20: "Mollet" (Joan Abelló, 1969).**

Fuente: El Mollet d'ABELLÓ, 2009.



**Fig. 21: Carrer de Sant Vicenç un martes de mercadillo en otoño.**

Fuente: Elaboración propia, 2015.

Aunque las actividades del mercado itinerante se han mudado a otras calles y a otros espacios, sigue siendo vital para el desarrollo económico de la población. Todavía hoy atrae a personas de las localidades vecinas, como Sant Fost de Campsentelles, Santa Perpètua de Mogoda, Parets del Vallès, Palau-solità i Plegamans, entre otras. Es tan importante la influencia del mercado itinerante de Mollet que fue incluso plasmado por el artista molletense Joan Abelló en, por lo menos, dos ocasiones, tal como se recoge en el libro *El Mollet d'ABELLÓ* (Fundació Municipal Joan Abelló, 2009).

La presente tesina se centra en el **comercio urbano y cómo este se relaciona con la ciudad**. No se pretende estudiar el intercambio comercial en sí mismo, ni sus efectos sobre la economía urbana. Simplemente, busco centrarme en el aspecto urbano del comercio: su **localización** en el tejido y a lo largo de los ejes viales, su **relación con la calle** y su influencia sobre la **urbanidad** del espacio público; esto último, reconociendo que el comercio es una **actividad esencialmente urbana** gracias a que es capaz no solo de poner en contacto a personas, sino también de lograr una interacción entre los espacios interiores, semi-privados, y los espacios exteriores, completamente públicos (Wall, 2005). Victor Gruen, arquitecto austriaco considerado como el padre del centro comercial moderno, que inició su carrera diseñando locales y vitrinas tanto en Austria como, posteriormente en Estados Unidos, entendía al espacio comercial de esta manera: *"He claimed that he had never liked domestic work because of the conflicting desires of family members, whereas the agenda of a shop was certain. Important too is the fact that the shop, unlike the private residence and perhaps more like the theater, is a place of social interface, a semi-private place with a direct and active relationship to the public and the street. (...) Each of these early shops [designed by Victor Gruen], in both Vienna and New York, demonstrated variations on a theme intensely worked out in the detail design: shopping is not just a raw exchange of money and goods but an activity that is social, interactive, theatrical, aesthetic, and involving motion and flow: an activity profoundly urban"* (Wall, 2005).

El objetivo general de la presente investigación es estudiar el papel que cumple el comercio urbano en la vitalidad de los espacios públicos de una ciudad, mediante el análisis de las tipologías de comercio presentes en el caso de estudio (Mollet del Vallès) y contrastándolas con las actividades de los usuarios de la ciudad, tanto en el interior como en el entorno inmediato de dichos comercios.

## 0.4 Los objetivos, las intuiciones, y la metodología

Para entender el comercio urbano y su relación con Mollet, me he planteado tres preguntas básicas que sirven de guías para este trabajo:

- ¿Existe un patrón en la localización del comercio en la ciudad?
- ¿Existe una relación entre la forma de la calle, la cantidad de personas que transitan y el número de locales comerciales que aparecen a lo largo de la misma?
- ¿Es el comercio capaz de constituir sistemas que doten de urbanidad a la ciudad?

Cada una de estas preguntas me ha llevado a definir los objetivos específicos de mi investigación que, como mencioné, se centran en la **localización** del comercio en el tejido urbano, su **relación con la calle** y su capacidad de generar **urbanidad**; objetivos que planteo de la siguiente manera:

- |             |   |
|-------------|---|
| Objetivo 1: | Encontrar los vínculos y raíces de la actividad comercial en la ciudad y su influencia en el planeamiento, localizando histórica y espacialmente los establecimientos comerciales dentro del tejido urbano.   |
| Objetivo 2: | Definir parámetros de diseño a tomar en consideración para la generación de nuevos ejes comerciales, identificando las características comunes que poseen los ejes comerciales existentes, en cuanto a su forma y materialidad y que parecen influir en la activación de la actividad comercial en la ciudad. |

**Objetivo 3:** Entender hasta qué punto la actividad comercial es capaz de crear urbanidad, valorando las conexiones que es capaz de crear dentro del tejido urbano: generación de rutas, áreas de influencia, concentración y/o disipación de la intensidad comercial.

A cada objetivo específico, le he asignado una primera intuición, o hipótesis:

**Hipótesis 1:** La actividad comercial deja una huella en el tejido urbano, dotándolo de un carácter propio, que debe ser tomado en consideración dentro del planeamiento para mantener la vitalidad tanto del comercio, como de los tejidos.

**Hipótesis 2:** Determinadas características de la calle, como la anchura de las aceras, la iluminación, la arborización, el equipamiento urbano y la relación entre la fachada y la calle y la ubicación relativa del comercio en el tejido urbano, inciden en diferente medida en la calidad de esta, haciéndola más o menos atractiva tanto para peatones como para comerciantes.

**Hipótesis 3:** El comercio es capaz de articular la ciudad, por ende, de generar urbanidad, gracias a que éste puede considerarse como una actividad recreativa, relacionada al ocio urbano, además de ser una actividad económica.

	Capítulo 1	Capítulo 2	Capítulo 3
Hipótesis 1			
Hipótesis 2			
Hipótesis 3			

**Fig. 22: Organización de los capítulos.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.

<sup>2</sup> Es menester mencionar que, durante la elaboración del presente trabajo, el Tribunal Superior de Justicia de Cataluña emitió una sentencia de última instancia que anula, en pleno derecho, "l'Acord de la Comissió Territorial d'Urbanisme de Barcelona de 18 de mayo de 2005; que aprova definitivament el Pla d'ordenació urbanística municipal de Mollet del Vallès, en l'àmbit no comprès a l'ACTUR de Santa María de Gallecs". A partir del 01 de junio de 2016, fecha de publicación de la sentencia en el diario oficial, vuelve a entrar en vigencia el Plan General Municipal de 1982. Sin embargo, siguen en vigencia las ordenanzas emitidas por el Ayuntamiento, que no forman parte del POUM y que no entren en contradicción con el PGM de 1982, de acuerdo con lo comunicado por vía telefónica por el señor David Caro del departamento de planificación de Mollet.

Esta investigación consta de tres capítulos. El primer capítulo, donde se explorará la hipótesis 1, tratará de entender cómo se ha dado la **localización del comercio** históricamente en la ciudad de Mollet y cómo éste ha influido en su desarrollo urbano; es decir, entender cómo se ha asociado el comercio con la ciudad y cómo esto se refleja en la transformación de Mollet. El análisis se sustenta en documentación gráfica generada a partir de la información del archivo de la ciudad sobre licencias otorgadas por el Ayuntamiento para la apertura de negocios entre 1982 y 2010, además del censo comercial de Mollet Impulsa del 30 de mayo de 2016, y los documentos del Plan General Municipal (PGM) de 1982 y del Plan de Ordenación Urbanística Municipal de 2006<sup>2</sup> de Mollet del Vallès, además de otras normativas obtenidas de la web del Ayuntamiento.

El segundo capítulo, donde se explora la hipótesis 2, trata de poner en **relación el comercio y la calle**, para entender cómo la actividad comercial y el diseño urbano se afectan mutuamente, mediante el dibujo de diversas características de las calles y su correspondiente análisis que busca determinar en qué medida influyen cada uno de los puntos analizados (diseño, permeabilidad, densidad, hitos urbanos, división parcelaria) en la proliferación del comercio y en la determinación de los ejes y zonas comerciales a nivel administrativo.

El tercer capítulo, que explora la hipótesis 3, busca poner en manifiesto el papel que juega el comercio en la generación de **urbanidad** dentro de Mollet del Vallès, gracias al papel articulador de la actividad comercial y a su capacidad de crear imágenes perdurables en la memoria colectiva.



En cuanto a la metodología, como se expone en los párrafos anteriores, consiste en poner en relación diversos elementos de la ciudad y de la actividad comercial tanto a nivel espacial, como también a nivel temporal, partiendo de las observaciones en campo y la información obtenida, con el fin de determinar cuál es el comportamiento de la actividad comercial urbana en Mollet del Vallès y que puede posteriormente (en otra investigación), tratar de comprobar si se cumplen para casos de otras ciudades de mayor tamaño, como sería el caso propiamente de mi ciudad natal, Quito.

Para desarrollar la investigación, los tres capítulos han tratado de organizarse en un orden lógico que empieza en el análisis de dónde cómo y por qué el comercio se ha ubicado en Mollet en la forma que lo ha hecho, qué barreras ha encontrado en el trazado urbano y cómo las ha logrado, o no, superar, basándome en información comercial del archivo de la ciudad y de la web del Ayuntamiento y de Mollet Impulsa, entidad municipal que se encarga de manejar y estudiar el comercio en la ciudad. A continuación, busco qué aspectos comunes tienen las calles comerciales de Mollet, con la ayuda de planos, secciones y levantamientos de información, para intentar determinar qué aspectos físicos del espacio urbano parecen favorecer a la actividad comercial. Con estos análisis previos, intentaré entender cómo se relaciona la ciudad con la vida urbana, elaborando esquemas a partir de una encuesta sobre hábitos comerciales que realicé en línea en el grupo público de Facebook de la ciudad de Mollet del Vallès, en la que participaron vecinos con presencia en dicha red social.



Durante nuestros años formativos, hemos aprendido que el ser humano empezó a asociarse en grupos como método de protección y supervivencia. Estos grupos, en principio nómadas, se desplazaban continuamente en búsqueda de alimento y refugio. Sin embargo, en algún momento hacia el año 7000 a.C. (Wikipedia, 2016a), nace la agricultura y, con ella, el sedentarismo. Se cree que las mujeres, cuya labor consistía en recolectar frutos, se dieron cuenta en algún momento que las semillas que tiraban al suelo daban lugar a una nueva planta con nuevos frutos. De esta manera, el ser humano ya no necesitaba trasladarse en busca de alimento, con lo que seguramente se ahorraron algunas intoxicaciones por ingesta de plantas tóxicas, ya que habían hallado la forma de seleccionar y cultivar exactamente lo que les era necesario. La agricultura llevó a la domesticación de las plantas y, posteriormente, a la de los animales, pero también trajo consigo algo más: el excedente en la producción.

Este excedente implicó dos cosas: la primera, la necesidad de crear objetos en los cuales almacenar los productos, dando paso a la alfarería (Mumford & Revol, 2012); la segunda, que no era necesario que toda la población cultive para garantizar el sustento de la aldea, ya que el trabajo de unos servía para alimentar a todos (Mumford & Revol, 2012). Podría decirse que en ese momento se origina la ciudad, en el momento en el que los cazadores, ya sin oficio, empiezan a prestar servicios de protección a cambio de sustento y cuando el ser humano aprende a trabajar la tierra con la que luego construiría sus casas (Mumford & Revol, 2012). Ese excedente, además, dio paso al trueque, primera forma de comercio que consistía en el intercambio de productos que uno tenía de sobra por otros que le hacían falta. Es decir, la ciudad y el comercio nacieron gracias a la agricultura.

## **0.5 El comercio urbano y el espacio público**

*“From earliest times, two motives have governed the location of cities: either the site was selected because it offered natural means of defense, or else commerce gathered men at a particular point, about which they built fortifications”.*

(Burnham, Bennett, Moore, & Schaffer, 1993)

Una ciudad sin comercio tiende a morir: Tulcán, ciudad andina ecuatoriana, ubicada en la frontera norte, a escasos minutos de Ipiales en Colombia, es el reflejo de una ciudad en agonía por falta de actividad comercial. Ipiales ha sido, por mucho tiempo, el destino favorito de compra de productos no alimentarios de los ecuatorianos. Durante los primeros años de la década del 2000, Tulcán era destino de muchos colombianos para adquirir productos alimentarios de la canasta básica; mientras Ipiales era destino de compra de productos manufacturados no alimentarios. Sin embargo, en los últimos años, el precio de los productos nacionales ecuatorianos se incrementó a raíz del incremento de impuestos a las importaciones y, posteriormente, a las salvaguardas que aplicó el Gobierno Nacional para evitar la fuga de dólares ante la caída del precio del petróleo hace un par de años. Esto ha llevado a un progresivo cierre de los comercios de la ciudad de Tulcán, pues hasta sus propios habitantes prefieren ir a comprar en el país vecino. Ecuador, a diferencia de Colombia, no cuenta con tratados de libre comercio, ni con una moneda propia que le permita tomar medidas para mejorar su competitividad en los mercados internacionales. Precios más altos en Ecuador, llevan a muchos a cruzar la frontera hacia Colombia, en busca de productos de primera necesidad, llevando al cierre de varios negocios y a la crisis de la ciudad fronteriza (Benalcázar, 2016). De ahí la importancia de estudiar no solo el comercio urbano, sino también a la ciudad comercial: ciudad y comercio constituyen una unidad.

*“El binomio ciudad/comercio no se puede disociar. Desde siempre ha existido una relación inseparable, congénita, si no constitutiva e indisociable, entre los centros urbanos y los lugares de comercio”.*

(Allegri, 2013)

*“Commerce was nowhere to be found in Le Corbusier's 'four functions' of the modern functionalist city: dwelling, work, transportation, and recreation. In their rush to replace the old city, did modern architects, with their focus divided between luxury villas, 'Existenzminimum' apartment blocks, and district and city plans, forget the everyday activity of shopping? The American critic Lewis Mumford claimed that the cultural and civic roles of cities, as they would be represented in a civic core, was the missing 'fifth function' of the modern city. Yet if towns and cities are to have a civic and cultural center, there must be a marketplace nearby”.*

(Wall, 2005)

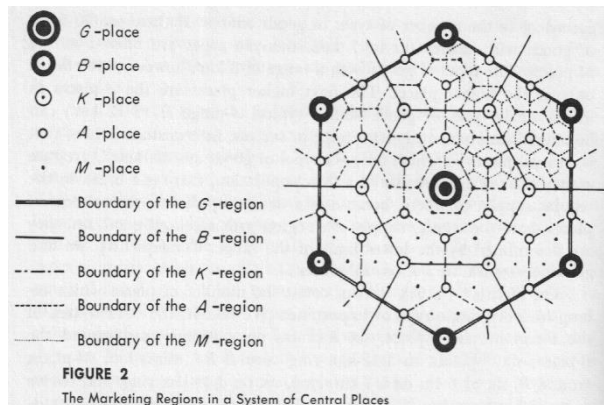
En **Central places in Southern Germany** (1933), Walter Christaller logra establecer una relación entre la actividad comercial y su localización dentro de la ciudad al estudiar la estructura espacial un sistema social, conjugando factores sociales, políticos, económicos y geográficos. En su libro desarrolla la teoría de los lugares centrales, partiendo de una premisa básica: los humanos nos relacionamos ordenando nuestro entorno en base a la creación de centralidades más o menos atractivas unas que otras. Menciona que, en las ciudades medievales, esta centralidad estaba, justamente, en el centro de la ciudad, pero que no se ha perdido en las ciudades modernas, sino que se ha trasladado y multiplicado, generando centralidades más o menos atractivas y más o menos grandes unas de otras.

### 0.5.1 El comercio y la ciudad

*"The chief profession – or characteristic – of a town is to be the center of a region. But this chief characteristic does not apply only to those settlements that we usually call towns – it applies also, for example, to most market spots (...)"*.

(Christaller, 1966)

Según su teoría, un lugar central es aquel que posee un superávit de bienes o servicios localizados y que, por tanto, ejerce una atracción sobre una región complementaria y dispersa, que posee un déficit de dichos bienes o servicios. La influencia de ese lugar central sobre esa región complementaria viene dada por la distancia que una persona de esa región dispersa está dispuesta a trasladarse para obtener el bien o el servicio y por el precio de este. Por tanto, si la distancia es muy grande o el precio es muy alto, surgirá otro lugar central donde las condiciones de compra (distancia y precio) sean menores y, por tanto, más atractivas para el comprador. Esto deriva en una jerarquización de los lugares centrales.



**Fig. 23: Regiones de Mercado en un Sistema de Lugares Centrales.**

Fuente: Central Places in Southern Germany, 1966.

En **Market Centers and Retail Location: Theory and Applications** (1967), Brian J. L. Berry emplea recupera la teoría de Christaller para establecer y predecir los patrones y jerarquías de los centros de mercado. Según Berry, a nivel geográfico, se establecen una sucesión de centros urbanos: villas, pueblos y ciudades, conectados entre sí por carreteras, disponiéndose sucesivamente ciudad-villa-pueblo-villa-ciudad. Establece que la cantidad de habitantes de un poblado específico determina el tipo de productos que ofrece su correspondiente área de mercado, además de un radio de influencia para las mismas, de 5 millas para los centros de las villas, 8 millas para los de los pueblos y de 10 a 15 millas para los centros de las ciudades. A su vez, concluye que estos radios de influencia, que no son más que la distancia máxima a la que los consumidores están dispuestos a desplazarse para adquirir determinado producto, incrementan conforme disminuye la oferta de ciertos productos en el entorno inmediato, puesto que para los vendedores no es rentable explorar ciertas áreas de mercado en villas o pueblos con pocos habitantes. Precisamente, ahí es donde surgen las jerarquías del mercado.

“(...) retail and service businesses cluster into levels based upon the sizes of market areas required for profitable operation. (...) [Also] centers form levels based upon economic reach provided by their centrality and that the levels of services and levels of centers interlock in a spatial system (the central-place hierarchy)”.

(Berry & Parr, 1988)

Berry incluye, además, una clasificación de las zonas de comercio en las áreas urbanas, derivado de un estudio sobre la región metropolitana de Chicago (fig. 23). Esta clasificación busca combinar la escala comercial con la forma urbana de su localización.

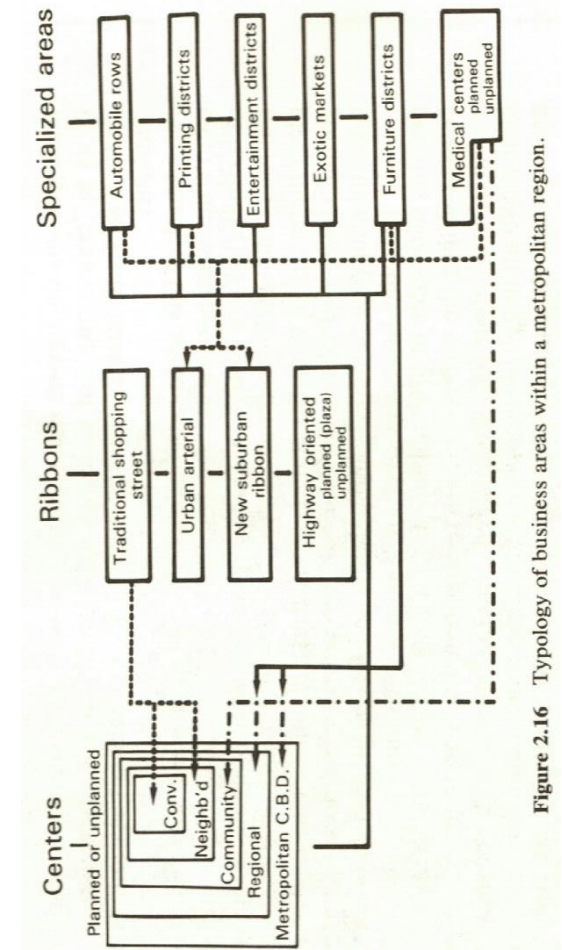


Figure 2.16 Typology of business areas within a metropolitan region.

**Fig. 24: Tipología de áreas de negocios en una región metropolitana.**

Fuente: Market Centers and Retail Location: Theory and Applications, 1988.

Los centros (centers), con sus niveles de jerarquía y atracción, son los puntos de mayor concentración comercial. Los ejes comerciales (ribbons), son extensiones de la influencia de los centros a lo largo de las calles, en los que distingue además los “highway-oriented ribbons”, que son ejes enfocados a los servicios de carretera que surgen por demanda de los viajeros (Berry & Parr, 1988). Las áreas especializadas (specialized areas), corresponden a agrupaciones de establecimientos similares e interrelacionados, que ocupan un área en la que pueden competir entre ellos u ofrecer servicios complementarios.

En el artículo **Los nuevos espacios del consumo en Barcelona** (1995), publicado en la Revista de Geografía, el geógrafo Carles Carreras i Verdaguer, realiza un análisis sintético sobre cómo el consumo ha modelado la ciudad, aplicando una metodología previa de sus propios estudios, al caso concreto de Barcelona. Explica, brevemente, la transformación de la Barcelona medieval, en la que trabajo y residencia coexistían en el mismo edificio y en el que los bajos, pese a estar hacia la calle, no estaban abiertos a ella, a una nueva Barcelona de plantas bajas comerciales de escaparates a la vía pública en la que las franquicias toman relevancia y tanto el comercio, como el consumo, han pasado por un proceso de “democratización”, gracias a la introducción de los “grandes almacenes” del siglo XIX. Su percepción es importante ya que fija en el consumo la responsabilidad de la apertura de las plantas bajas al espacio público, así como a la persistencia del comercio al detalle en una ciudad en la que las grandes superficies comerciales han logrado mantener también una posición fuerte. Sobre esto, dice Carreras, que en Cataluña se mantienen antiguos negocios familiares, pese a que suelen tener precios más elevados, ya que existe una fuerte tradición catalana de establecer un contacto de familiaridad con el vendedor, que incluso trasciende generaciones.



En el segundo tomo de **La morfología de las ciudades – II. Aedes facere: técnica, cultura y clases social en la construcción de edificios** (2005), Horacio Capel dedica un capítulo a la morfología de los espacios comerciales. En este, Capel realiza un recuento histórico de la evolución del comercio en las ciudades. Da cuenta de cómo los espacios comerciales se localizaban en la antigüedad en las cercanías de templos y palacios, en proximidad a importantes puertas de acceso a la ciudad, o cerca de los puertos en ciudades con salida al mar. Menciona también que ya desde la época romana, existía, tres tipos de comercio: uno al aire libre, en el foro, otro en las plantas bajas de las residencias y uno de mayor escala en edificios especializados para dicha actividad. Estos últimos desaparecerían debido a la pérdida de poder adquisitivo de las personas como consecuencia de la caída del Imperio Romano, reapareciendo durante los siglos XVIII y XIX, cuando la salubridad empezó a ser un tema importante en el debate urbano.

“La preocupación de las ciudades por disponer de mercados en condiciones higiénicas se acentuó a fines de siglo XVIII. Las normas sobre saneamiento de las ciudades se extendieron a la venta de géneros alimenticios (Madrid 1780).”  
(Capel Sáez, 2005)

Según Capel, a finales del siglo XIX e inicios del XX, surgen, entonces, los mercados municipales, localizados muchas veces en proximidad a las plazas que antes eran ocupadas por el comercio, y los mercados centrales, cuya función era la de abastecer a los mercados más pequeños de la ciudad. Paralelamente, empiezan a aparecer las tiendas especializadas en la venta de ciertos productos, gracias a un incremento en la calidad de vida, así como los pasajes comerciales, que ocupaban los interiores de las manzanas, y los grandes almacenes, edificios dedicados exclusivamente a la actividad comercial:

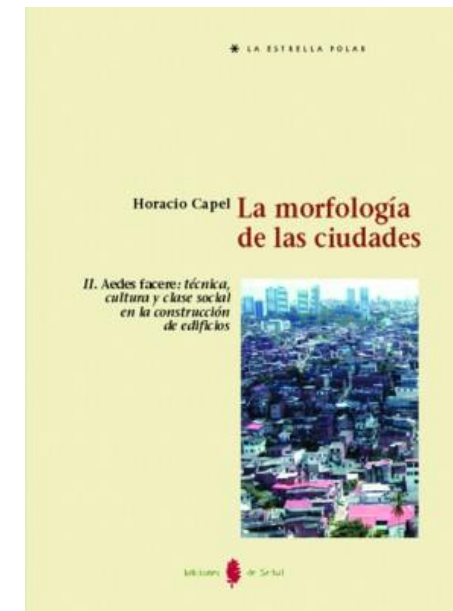


Fig. 25: Portada del libro *La morfología de las ciudades* (2005) de Horacio Capel.

*“[Los grandes almacenes que venden artículos producidos en serie] Suponen el paso al consumo de masas y, en cierta manera, una democratización de la venta, sin la presión y el control de los vendedores. Ya no solo están dirigidos a la aristocracia y la burguesía, sino a toda la población urbana. Se convierte en un lugar de coexistencia de clases sociales y de imitación de los comportamientos de los grupos adinerados, por lo que se consideró más educador que el parque en la adopción de hábitos burgueses por los grupos populares”.*

(Capel Sáez, 2005)

Tras su aproximación histórica, Capel remite nuevamente a la teoría de los lugares centrales para explicar la jerarquía de las diferentes centralidades comerciales dentro de la ciudad. Dice que mientras mayor la jerarquía del centro, mayor será el número de funciones centrales que cumplirá. Esto se cumple tanto entre ciudades, en las que de mayor jerarquía concentran mayor número y variedad de funciones centrales, como entre los lugares centrales de una misma ciudad.

*“La multiplicación de comercios – y, paralelamente, la de otras actividades terciarias – da lugar, como hemos visto, a la organización de un distrito comercial y de negocios en el centro de la ciudad. En él se concentran los establecimientos comerciales y de servicios que pueden pagar el alto valor del suelo porque obtienen los mayores beneficios de la localización: comercio minorista muy especializado, servicios profesionales, comunicación”.*

(Capel Sáez, 2005)

*“Además de esa distribución jerárquica, en las grandes áreas metropolitanas de más de dos o tres millones de habitantes puede identificarse otras agrupaciones de carácter comercial, con una tipología compleja. Pueden encontrarse, en particular: bandas comerciales en algunas calles urbanas; áreas funcionales especializadas (...); y equipamientos comerciales orientados hacia las carreteras y dirigidos a satisfacer las demandas del tráfico (...).”*

(Capel Sáez, 2005)

Por último, remarca características importantes del comercio actual como, por ejemplo, la actual percepción de la actividad de comprar como una actividad de ocio, la creación de comercios relacionados con actividades nocturnas y que dan servicio fuera de los horarios tradicionales. Esto, dice, es una consecuencia de la incorporación de la mujer al ámbito laboral y la disminución de tiempo que se puede dedicar diariamente a la compra. También menciona un aumento de los mercados semanales o quincenales que permiten un mayor contacto con el vendedor, así como precios más favorables para los compradores; así como una mayor presencia en el mercado de grandes cadenas o almacenes de franquicia, por una mayor búsqueda de ciertas marcas por parte de los compradores.

*“Las nuevas centralidades comerciales poseen gran valor simbólico, y el consumo un importante papel para la identificación de los individuos y los grupos sociales. El lugar en el que se compra y en que se consume atribuye a los individuos prestigio personal. La asociación de la función comercial, de ocio y de cultura (restaurantes, comercios, cines, museos...) está cada vez más extendida en las ciudades”.*

(Capel Sáez, 2005)

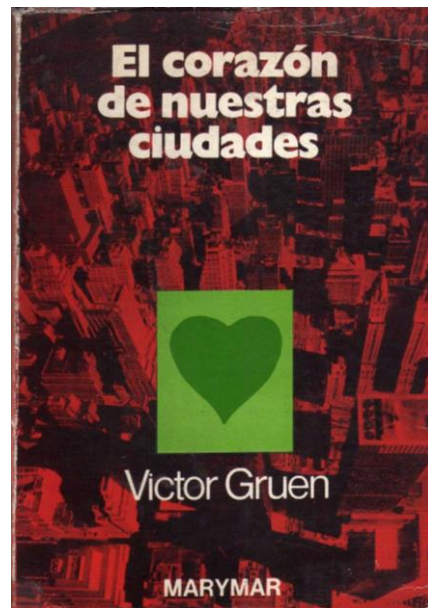


Fig. 26: Portada del libro *El Corazón de Nuestras Ciudades* (1977) de Victor Gruen.

Victor Gruen, arquitecto de origen austriaco y radicado en Estados Unidos, presenta una aproximación más emotiva al tema de la ciudad; su análisis lo hace no como espectador, sino como un ser que vive y experimenta la ciudad y la calidad de la vida urbana. Para él, la ciudad atraviesa una “crisis urbana”, a la que cataloga como una “enfermedad” debido a la expansión urbanizadora que lleva a sus habitantes a dejar el centro y a poblar la periferia. Así lo describe en su libro de 1964, **El Corazón de Nuestras Ciudades – La crisis urbana: diagnóstico y curación**, en el que trata sobre la dispersión de la ciudad y el abandono del centro como una forma de destrucción urbana e intenta poner en valor las cualidades de la ciudad, como la proximidad, los espacios que forman los edificios, los espacios públicos y la vida urbana en la calle.

*“Si hubiésemos de reducir a tres las cualidades o características que hacen a una ciudad podrían ser éstas:*

- *Lo compacto;*
- *La intensidad de la vida pública, y*
- *Un esquema de grano fino, por cuyo efecto todos los tipos de actividades humanas se mezclen en estrecha proximidad”.*

(Gruen, 1977)

Para él, el error se encontraba en cómo la zonificación desagregaba las funciones en la ciudad, convirtiendo su centro en un área meramente comercial, administrativa y de servicios, en detrimento de otras actividades humanas relacionadas con la cultura, la recreación y la sociabilización. Compara el centro urbano con el corazón humano, ya que, al igual que el corazón bombea sangre con oxígeno hacia todos los rincones del cuerpo, el centro debe irradiar vida hacia todos los rincones de la ciudad y de la zona metropolitana.

Menciona también Gruen cómo la ciudad actual puede aprender de los grandes centros comerciales regionales, nacidos de la expansión urbana y del incremento en el uso del automóvil, pero con ciertas modificaciones. Resulta a la vez irónico pensar que Gruen sea considerado el padre del centro comercial suburbano (Azrteli, 1997), que contribuyó a la dispersión y vaciamiento del centro de la ciudad, cuando él lo que más defendía era, precisamente, la vida urbana en la que se inspiró para diseñar esos centros comerciales de los que ahora debe aprender la ciudad.

Para recuperar los centros urbanos, dice, se debe incrementar el poder de atracción del centro. Para ello muestra una sencilla fórmula:  $P = D - O$ ; donde P es el poder de atracción del centro, D es el deseo de las personas por vivir en él y O son los obstáculos que evitan que la gente lo haga. Él propone que, para aumentar el poder de atracción, se debe aumentar el deseo de vivir en el centro o bien, disminuir los obstáculos. Para el último, habla de mejorar la movilidad pensando en métodos de transporte alternativos al coche particular, entre los cuales menciona la importancia de la peatonalización. Para el primero, de hacer del centro de la ciudad un lugar en el que se generen oportunidades de realización personal y profesional, buscando lo que ahora llamamos “mixticidad de usos”.



*“Las calles de las ciudades sirven para muchas cosas aparte de para transportar vehículos; y las aceras de las ciudades – la parte peatonal de las calles – sirven para muchas cosas aparte de transportar peatones. Estos usos están en estrecha relación con la circulación, pero no son idénticos a ella y son, por derecho propio, al menos tan básicos como la circulación para el buen funcionamiento de las ciudades”.*

(Jacobs et al., 2011)

En **Muerte y Vida de las Grandes Ciudades** (1961), la activista social y teórica del urbanismo Jane Jacobs, habla de la importancia que tiene el espacio público para la vida saludable de una ciudad. Dice, que la importancia de las aceras no radica exclusivamente en su capacidad de encauzar y transportar peatones, sino que es el lugar donde se llevan a cabo los encuentros sociales que dan vida a la ciudad. Según Jacobs, lo primero que viene a la mente al pensar en una ciudad son sus calles, *“cuando las calles de una ciudad ofrecen interés, la ciudad entera ofrece interés; cuando presentan un aspecto triste, la ciudad entera parece triste”* (Jacobs et al., 2011). Por ello, Jacobs abogaba por calles muy frecuentadas como la respuesta para que éstas sean seguras, donde los vecinos sean los “ojos de la calle”, es decir, que observen de manera casi inconsciente a todos quienes transitan por la calle como una forma de apropiación de ésta.

Jacobs otorga tres características a las calles para que sea segura. Primero, que sea claramente identificable la separación entre espacio público y privado. Segundo, que haya siempre gente mirando hacia la calle; es decir, que no haya muros completamente ciegos que impidan un contacto visual entre el interior de los edificios y la calle. Tercero, que haya usuarios en la calle casi todo el tiempo, de manera que sea atractivo mirar hacia la calle.

## 0.5.2 El espacio público

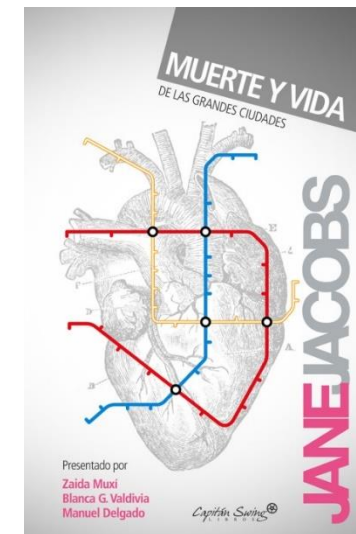


Fig. 27: Portada del libro **Muerte y Vida de las Grandes Ciudades** (2011) de Jane Jacobs.

La pregunta sería, ¿cómo conseguir que haya esa actividad en la calle que haga atractivo mirarla? Para Jacobs, esa era la función del comercio:

*“El requisito básico de esta vigilancia es que haya una buena cantidad de tiendas y otros establecimientos públicos desperdigados a lo largo de las aceras de un distrito (...). Tiendas, bares y restaurantes, los grandes ejemplos, trabajan de diferentes y complejas maneras para mantener la seguridad en las aceras”.*

(Jacobs et al., 2011)

Abogaba también, Jacobs, por la mixticidad de usos en las calles. Para ella, mientras más especializada esté una calle en una única actividad, menor sería su nivel de seguridad y de “civilización”, pues decía que resultaba “pernicioso” para la vida urbana. Decía que las calles deben ser capaces de satisfacer la mayor cantidad de necesidades de modo que atraigan a más personas. Mientras más personas, más complejo e intrincado el “ballet de la calle” que, para Jacobs, improvisaban día a día los usuarios de ésta. Este “ballet”, además de generar seguridad, dice, también ayuda a nivel económico a evitar la desaparición de los negocios que existen en las calles. De cierta manera, es un ciclo infinito de causas y efectos, calles vacías obligan al cierre de negocios, que al cerrar propician un mayor vaciamiento de las calles. En ello radicaría, entonces, la importancia del consumo local y también de los establecimientos al detalle, que contribuyen con la venta cara a cara y con la generación de una vida de barrio.

En **La humanización del espacio urbano – La vida social entre los edificios** (2003), Jan Gehl habla de la importancia que tiene la forma y la calidad de las calles en la vida social que se genera, o puede generarse en el espacio público. Para ello, diferencia tres tipos de actividades que se realizan en exteriores: actividades necesarias, actividades opcionales y actividades sociales.



Fig. 28: Portada del libro **La humanización del espacio urbano** (2013) de Jan Gehl.



Las actividades necesarias, dice, son todas aquellas que estamos obligados a hacer, que casi no dependen de las condiciones exteriores, como el clima, ni de la calidad del espacio público. Entre ellas se pueden considerar salir a comprar víveres, ir a trabajar o estudiar, hacer un trámite, entre otras. Las actividades opcionales, en cambio, dependen en gran medida de las condiciones del entorno y de la disposición de la propia persona, como salir a tomar el sol o a pasear. Las actividades sociales, dice, son aquellas que dependen de la presencia de otras personas en el espacio público, por lo que son resultantes de las anteriores, como mirar o interactuar con otras personas.

“Cuando los ambientes exteriores son de poca calidad, solo se llevarán a cabo las actividades estrictamente necesarias. Cuando los ambientes exteriores son de buena calidad, las actividades necesarias tienen lugar más o menos con la misma frecuencia; pero tienden a durar más, pues las condiciones físicas son mejores. Sin embargo, también habrá una amplia gama de actividades optativas, pues ahora el lugar y la situación invitan a la gente a detenerse, sentarse, comer, jugar, etcétera”.

(Gehl, 2006)

Gehl nos dice, también, que los lugares donde hay gente serán implícitamente atractivos para más personas. “*La gente se siente atraída por la gente*” (Gehl, 2006). Por tanto, cualquier actividad humana en la calle atraerá a más personas. En ese sentido, habla de un estudio efectuado en Copenhague, en el que se comprobó que las personas se detienen en las calles a mirar escaparates donde puedan ver a otras personas, pero más aún a las actividades que otras personas realizan en la misma calle. Esto, en el ámbito del comercio urbano puede aportar a entender la importancia de los escaparates que permitan mirar la actividad interior, pues si se aplica la lógica de que “gente atrae gente”, un local con compradores atrae a personas a la calle y, por ende, a potenciales nuevos compradores.

	Calidad del entorno físico	
	Baja	Alta
Actividades necesarias	●	●
Actividades opcionales	●	●
Actividades 'resultantes' (sociales)	●	●

**Fig. 29: Cantidad de actividades exteriores en función de la calidad del entorno.**

Fuente: La humanización del espacio urbano  
– La vida social entre los edificios, 2013.

En su tesis doctoral, **Comerç, ciutat. Paisatges arran de terra** (2016), Eulàlia Gómez Escoda propone entender el espacio conformado por las calles y las fachadas comerciales de los diferentes edificios de Barcelona, como un “paisaje a ras de tierra”. Ella interpreta la unión entre fachada y acera como una “esquina”, equivalente a aquellas que se forman en el cruce de dos calles, en las que el comercio es parte integrante tanto de las fachadas como de los edificios; las mismas ciudades nacen de las “esquinas” entre dos caminos comerciales.

*“A la ciutat consolidada i compacta, els espais destinats al comerç i les activitats caracteritzen un espai col·lectiu arran de terra que s'estreny i eixampla amb la secció del carrer, que enriqueix les voreres i estableix un llenguatge propi, un paisatge urbà característic però variable, un paisatge de carrer que identifica cada fragment de ciutat. (...) La morfologia de les plantes baixes urbanes queda tatuada amb la de les formes de comerç, que tenen una altra textura, un altre ritme, ens altres temps. Però tot i ser aparentment més dèbils i efímeres, més canviants per més volàtils, condicionen en gran mesura el caràcter de la ciutat”.*

(Gómez, 2016)

Resalta también la importancia urbana de los mercados a cubierto, como espacios públicos cubiertos, de socialización, que permitieron reconocer al comercio como una actividad urbana y social, de la misma manera que lo eran las manifestaciones culturales:

*“Els nous mercats que es van començar a formalitzar es presentaven a la ciutat com edificis aïllats de l'exterior, que tancaven i endreçaven els intercanvis que fins llavors havien envaït els carrers i amagaven el desordre i la brutícia que duïen implícits.*

*“La construcció d'aquestes enormes paraigües públics va desdibuixar per primera vegada els límits entre l'espai públic i el privat: l'activitat passava a desenvolupar-se al seu interior, a cobert, però dins un espai que continuava sent públic. Però sobretot, el més important: el comerç passava a ser considerat una funció social i col·lectiva, com ho eren les esglésies o els teatres”.*

(Gómez, 2016)

Gómez resalta que, en ocasiones, la frontera entre el fin de lo público y el inicio de lo privado, queda desdibujada por el comercio, que se extiende a la calle y la convierte en un destino al que llegar y no solo en un lugar por el que pasar. Reitera conceptos que los postularon tanto Jacobs como Gehl, sobre la importancia a nivel social de las calles, y los demás espacios públicos urbanos, sobre la necesidad de actividad en las calles y de intensidad, para garantizar vida urbana.

*“Sense carrers, sense voreres, sense façanes, sense plantes baixes, sense gent, no hi ha intensitat; és una sima i barreja de coses materials que combinada, es converteix en la immaterialitat de l'activitat que, al seu torn, és la raó de ser d'una realitat material: sense intensitat i sense activitat, no hi ha ciutat”.*

(Gómez, 2016)

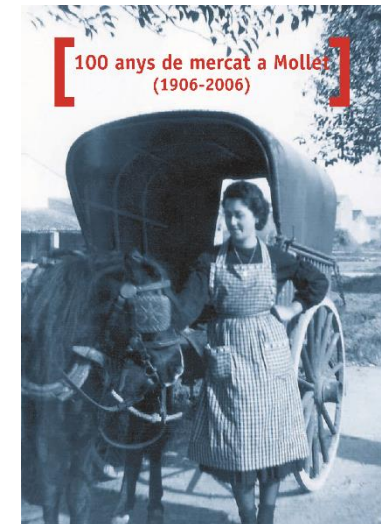


En cuanto a fuentes sobre Mollet del Vallès, es preciso citar a Glòria Arimon en cuanto al tema del comercio en Mollet. Ella elaboró en el año 2006 un recuento recopilatorio sobre la historia del mercado de la ciudad, con datos obtenidos en el Archivo Municipal de Mollet. **Cent anys de mercat a Mollet (1906-2006)** (2006), se remonta un siglo para encontrar los orígenes del mercado itinerante de la ciudad. Este mercado semanal, que en un principio se celebraba los días domingo, generó, en principio, muchos conflictos entre los comerciantes de los locales de la ciudad que sentían que sus negocios se perjudicaban por la competencia desleal, ya que ellos no trabajaban los domingos. Por ello, el Ayuntamiento decidió que el mercado semanal se celebrase los martes, y lo ha hecho desde 1909 hasta el día de hoy.

Es importante destacar el origen del mercado municipal precisamente en este mercado semanal, ya que en los años treinta del siglo XX se vio que no era higiénico seguir vendiendo productos cárnicos en las vías. El proyecto tomaría casi 20 años en materializarse y, lastimosamente, no cumplía tampoco con los niveles de control necesarios para el expendio de estos productos, como cuartos fríos, lavamanos y otra salida de agua potable para el aseo. Además, sería el detonante de otros proyectos, como la arborización de la calle Berenguer III o la cobertura del torrente Caganell, que finalmente se convertiría en la Rambla Nova, hechos que relata Arimon en su libro.

También cuenta la importancia de los trenes de Mollet. El Ayuntamiento gestionó con la empresa de ferrocarriles Madrid-Zaragoza-Alicante, una rebaja de tarifas para los días de mercadillo a fin de que sea más atractivo ir a Mollet a comprar desde los pueblos vecinos, donde ya se había dejado afiches publicitarios del mercado. Pese a que no menciona si finalmente se concedió la rebaja, es importante para destacar el papel del tren en la ciudad de Mollet, como su vínculo con las ciudades vecinas del Baix Vallès, como Parets, La Llagosta, Sant Fost de Campsentelles, Palau-solità i Plegamans, Santa Perpètua de Mogoda, entre otras.

### 0.5.3 Mollet del Vallès

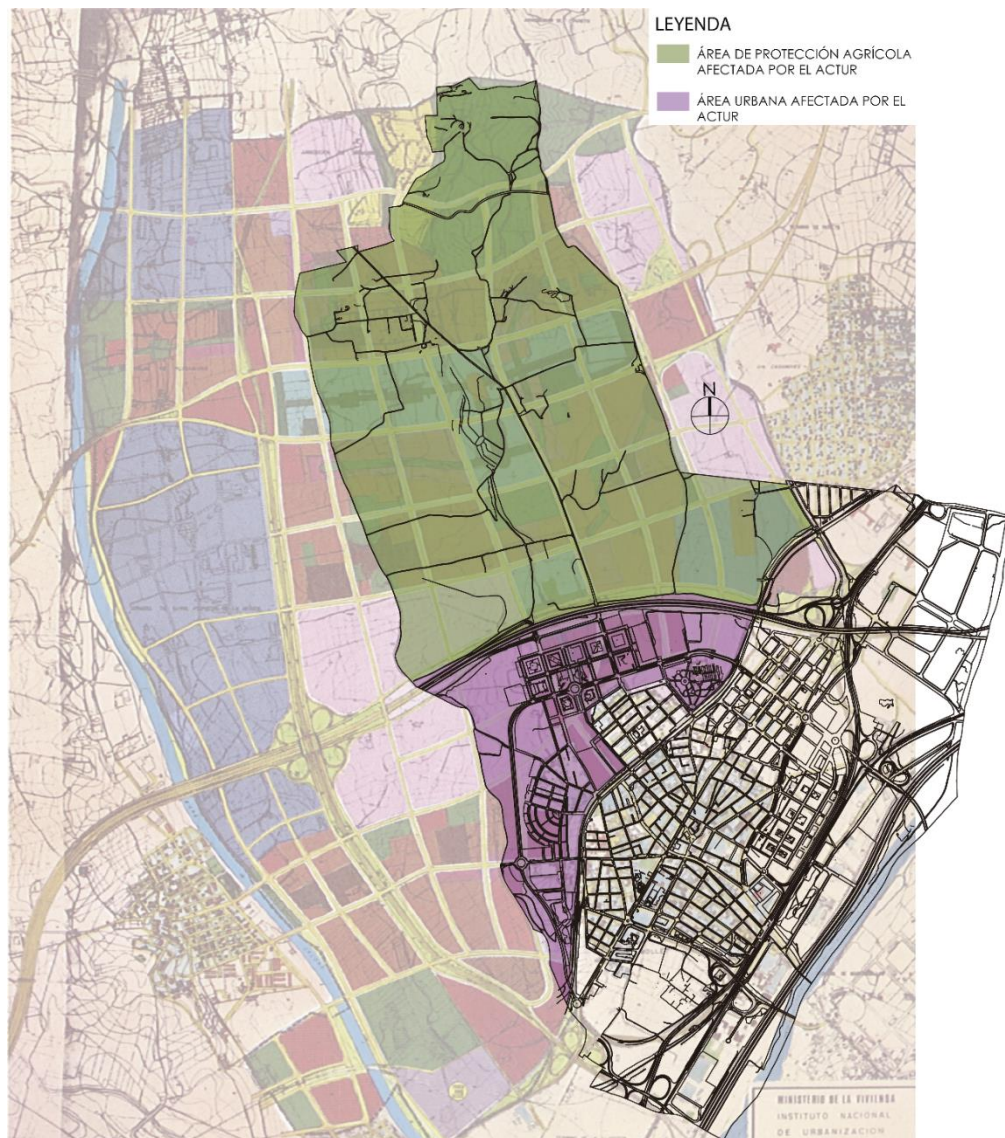


**Fig. 30: Portada libro Cent anys de mercat a Mollet – 1906-2006 (2006) de Glòria Arimon.**

Fuente: Cent anys de mercat a Mollet, 2006.

En lo que se refiere al planeamiento de la ciudad, es necesario citar al arquitecto Xavier Ludevid i Massana, quien trabaja en el departamento del Ayuntamiento y fue colaborador del Centre d'Estudis Molletans. En el artículo **Planejament urbanístic i gestió municipal** (2006), Ludevid realiza una breve reseña sobre el planeamiento urbano en Mollet con motivo de un seminario técnico local llevado a cabo ese año. En éste, Ludevid resalta primordialmente que, desde que inició la democracia, Mollet ha apostado por un planeamiento enfocado en la compacidad urbana, en contraposición a la dispersión. El Plan General Municipal de Ordenación Urbana de 1982 (PGMOU), del grupo TAU (Antonio Font, Juli Esteban y Jon Montero), fue el primer paso para lograr ordenar un núcleo urbano que estaba empezando a dispersarse por la construcción informal. El PGMOU buscaba, principalmente, construir una ciudad compacta, en torno a un centro urbano (casco antiguo) consolidado, y regulando su crecimiento mediante ensanches que debían ser dotados de toda clase de equipamientos que eran deficitarios en el municipio.

Para Ludevid, el planeamiento a inicios del siglo XXI, se complementó con dos estrategias complementarias: la primera, desarrollar las áreas urbanas vacías y reconvertir los tejidos industriales y residenciales obsoletos para generar nuevo suelo urbano capaz de acoger “nuevas actividades productivas, residenciales y áreas libres”. La segunda, mantener el carácter rural del Espacio Natural Gallecs, sobre el que estaba previsto la construcción de una “new town” para Barcelona, y que afectaba 465 hectáreas, el 45% del término municipal (fig. 31). Aunque esto se consiguió posteriormente, el plan de 1982 marcó un inicio en la protección de Gallecs, al conseguir que se acepte un tratamiento diferente entre las zonas norte y sur de la autopista AP-7. El norte, quedaría como suelo urbano no programado; el sur, se convertiría en lo que hoy son los barrios de Santa Rosa y Can Borrell.



**Fig. 31: Plano del estado actual de Mollet del Vallès sobre el plano del ACTUR de Santa María de Gallecs.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.

Por otra parte, Ludevid cita que el plan de 1982 estableció la racionalización del sistema viario de Mollet, creando nuevas conexiones entre zonas de la ciudad totalmente fragmentadas por el paso de las líneas de tren y las autopistas C-17 y AP-7, y que permitieran una mayor conexión del Municipio con el resto de pueblos de la comarca, factores que contribuyeron a que Mollet obtuviera una condición de capitalidad en la subcomarca del Baix Vallès, conformada por los términos municipales de La Llagosta, Martorelles, Montmeló, Montornés, Parets del Vallès, Sant Fost de Campsentelles, Santa María de Martorelles, Santa Perpètua de Mogoda y Palau-solità i Plegamans (Ludevid i Massana, 1998).

En cuanto al Plan de Ordenación Urbanística Municipal (POUM) de 2006, Ludevid resalta su importancia en la incorporación de temas de sostenibilidad en el planeamiento de la ciudad, como la introducción de vías exclusivas o compartidas para bicicleta, la preservación del Espacio Rural Gallecs, la rehabilitación de edificios y tejidos residenciales para nuevos usos, evitar nuevas expansiones urbanas, entre otras. El POUM, además, toca el tema comercial de la ciudad, estableciendo jerarquías de ejes comerciales que, aunque con modificaciones, siguen siendo vigentes diez años después, y que el Ayuntamiento aún maneja como herramientas para normar esta actividad (fig. 63 y 64 de las páginas 138 y 139).

En el **Estudi estratègic del comerç de Mollet del Vallès** (2015), elaborado por EIXOS Economic Observatory por requerimiento del Ayuntamiento de Mollet, es, en cambio, una herramienta para el planeamiento de la actividad comercial de la ciudad. Sirve para el diagnóstico de la actividad comercial a nivel global de ciudad, por barrios y por ejes comerciales. Proporciona una información clara sobre la que se puede estudiar las fugas de compras hacia otros municipios, el nivel de aprovechamiento del tejido comercial y la dotación comercial por cada 100 habitantes. Es, sin embargo, una herramienta de medición que no relaciona el comercio con el tejido urbano ni con las personas.



Por lo anterior, parece existir aún mucho que explorar sobre la relación del comercio y la ciudad de Mollet del Vallès. Se puede afirmar que esta actividad juega un papel fundamental en la vida urbana, de acuerdo al testimonio de Arimon, pero no hay aún un análisis que ponga en relación los aspectos cuantitativos del comercio, generados por encuestas e informes, y los aspectos cualitativos del espacio urbano. Es esa relación la que, precisamente, busco explorar a continuación.



- Pregunta 1: ¿Existe un patrón en la localización del comercio en la ciudad de Mollet del Vallès?
- Objetivo 1: Encontrar los vínculos y raíces de la actividad comercial en la ciudad y su influencia en el planeamiento, localizando histórica y espacialmente los establecimientos comerciales dentro del tejido urbano.
- Hipótesis 1: La actividad comercial deja una huella en el tejido urbano, dotándolo de un carácter propio, que debe ser tomado en consideración dentro del planeamiento para mantener la vitalidad tanto del comercio, como de los tejidos.

Mollet del Vallès, con sus más de 50.000 habitantes, pasó de ser un poblado agrícola a una pequeña ciudad industrial en el transcurso de la primera mitad del siglo XX (Ludevid i Massanas, 2006). Ambas actividades generaron en Mollet un fuerte impulso comercial, tanto en lo que respecta al comercio permanente (dentro de un local acondicionado), como al comercio itinerante (colocado por tiempo definido en espacio público). Así, el comercio se convirtió en una suerte de motor de la vida urbana de la ciudad (Arimon, 2006), generando polémicas y discusiones tanto entre vecinos, asociaciones de comerciantes y autoridades públicas, según se relata en el libro *Cent anys de comerç a Mollet (1906-2006)*, que recoge información del archivo municipal sobre la vida comercial de la ciudad. Entonces, resulta de interés entender qué tipos de comercio existen en la ciudad, cómo y dónde se agrupa el comercio y cómo esta actividad comercial ha influido sobre el planeamiento urbano de Mollet del Vallès.

## Capítulo 1: El comercio en el tejido urbano de Mollet

El comercio en Mollet, como en muchas otras ciudades, se localiza con mucha intensidad en su casco antiguo, aprovechando la infraestructura existente, así como la posición geográfica y conexiones viales y de transporte que tiene la ciudad con los pueblos de los alrededores para incentivar la actividad comercial. En el caso de Mollet, además, es posible apreciar que el comercio de proximidad, o de escala humana, tanto permanente como itinerante, se localiza en tejidos más consolidados, aprovechando las plantas bajas de edificios existentes; mientras que el comercio de gran escala, que ocupa grandes superficies, tiende a ubicarse en la periferia urbana, en contacto con las carreteras o autovías.



Para analizar la actividad comercial en Mollet, creo necesario empezar por clasificar los tipos de comercios que hay en la ciudad, de una manera que permita vincular el grano del comercio con los tejidos urbanos y su posición dentro de la ciudad. Mollet Impulsa, entidad dependiente del Ayuntamiento de Mollet, emplea una clasificación comercial que se recoge también en el *Estudi estratègic del comerç de Mollet del Vallès* (EIXOS Economic observatory, 2015), donde los autores establecen 9 categorías de distinción de los sectores comerciales:

- Equipamiento para el hogar,
- Equipamiento para la persona,
- Hotelería y restauración, servicios comerciales,
- Cultura y ocio,
- Comercio cotidiano alimentario,
- Transporte privado,
- Otros establecimientos comerciales, y
- Locales vacíos.

Esta clasificación permite establecer índices que muestran el crecimiento económico de la actividad comercial en el municipio y determinar dónde hace falta algún tipo de incentivos o cambio de políticas públicas en este sentido. No cabe duda que es una herramienta de planificación comercial urbana útil y sencilla de manejar. De hecho, dentro del mismo estudio, existe una evaluación de los sectores, y subsectores, comerciales predominantes en cada barrio de la ciudad que demuestran la “vocación” de cada uno de ellos. Por ejemplo, de acuerdo con el análisis, los barrios del núcleo antiguo, Centre, Col·legis Nous y Estació de França, concentran más actividades del sector de servicios comerciales, que incluyen despachos, consultorios, notarías, agencias de viajes, bancos y restaurantes.

## 1.1 Formas de comercio

De acuerdo con el enfoque de esta investigación que busca vincular la forma urbana con las formas de comercio, la clasificación anterior no es adecuada ya que no brinda información acerca del tamaño ni la escala comercial; es decir, no permite determinar si la actividad comercial analizada corresponde a un comercio local o a una gran superficie o centro comercial. Además, pese a que el análisis de EIXOS vincula el comercio con los ejes y los barrios de la ciudad, tampoco se pone en relación la ubicación del comercio dentro del tejido urbano ni se relaciona con las conexiones urbanas que posee tradicionalmente la ciudad. Sin embargo, es necesario mantenerla presente para entender, más adelante, qué tan atractiva es la actividad comercial de Mollet, ya que ciertos establecimientos, como los locales de venta de artículos para la persona y el hogar, así como los locales para el ocio y la cultura (EIXOS Economic observatory, 2015), pueden ser más atractivos que otros para los peatones, incentivando las *“actividades opcionales -es decir, aquellas en las que se participa si existe el deseo de hacerlo o si lo permiten el tiempo y el lugar- (...) Esta categoría incluye actividades como dar un paseo para tomar un poco de aire fresco, pasar el rato disfrutando de la vida o sentarse y tomar el sol. Estas actividades solo se realizan cuando las condiciones externas son favorables, cuando el tiempo y el lugar invitan a ello”* (Gehl, 2006).

Enfatizando el tamaño del establecimiento comercial, una posible clasificación sería de acuerdo con la superficie que ocupa, como la que se detalla en la ordenanza 3746 de Quito, en la que se establecen 6 categorías generales:

- Unidades de comercio menores a 50 m<sup>2</sup>,
- Comercios desde 51 hasta 250 m<sup>2</sup>,
- Comercios desde 251 hasta 500 m<sup>2</sup>,
- Comercios desde 501 hasta 1.000 m<sup>2</sup>,

- Comercios de más de 1.000 m<sup>2</sup>, y
- Oficinas (servicios) en general.

Esta categorización tampoco satisface plenamente las necesidades de este estudio, ya que es una clasificación basada únicamente en cuanto a superficies ocupadas por los locales y no pone en relación la actividad comercial ni con el tejido urbano, ni con las personas que usan o disfrutan de estas instalaciones. Podría entonces pensarse en una clasificación de acuerdo con el tipo de bien que se comercia: de primera necesidad o suntuario, pero esta también excluye otros matices y la relación del comercio con la ciudad.

Por esto, he decidido clasificar el comercio de Mollet, guiándome por sus características y localización, en dos categorías que permiten explorar, en la ciudad, la problemática del comercio barrial frente al centro comercial: comercio de escala humana, barrial o de proximidad y comercio de gran escala, equipamientos terciarios de carácter suburbano. El primero, corresponde al comercio barrial, al detalle, de compra cotidiana o que se beneficia de ella por localizarse próximo a esta. El segundo, al comercio que se relaciona con la carretera, aquel que se ubica en las entradas de la ciudad, para beneficiarse de la circulación por las autovías. Además, una tercera categoría que busca poner en valor el comercio itinerante de la ciudad y su importancia tanto en la vida cotidiana, como en la identidad de los molletenses.





Esta forma comercial se vincula en estrecha relación con la escala a la que nos movemos las personas (Gehl, 2006). Es aquella que está inmersa en el tejido urbano consolidado y que aprovecha de sus beneficios, como la accesibilidad peatonal, la oferta de aparcamientos y transporte público, la cercanía con otros hitos dentro de la ciudad, entre otros, para florecer. Está dispuesto en una escala que, como menciona Jan Gehl en el documental "The Human Scale", permite observar sus detalles solo si nos movemos a la velocidad de un ser humano, es decir, a 5 km/h (Dalsgaard, 2014). Es por esta razón que lo he llamado "comercio de **escala humana**", pues el diseño de sus escaparates, letreros, imágenes, entre otros, están pensados en ser atractivos para el peatón por su tamaño y ubicación, que no puede contemplarse completamente si uno transita en un coche en movimiento.

Es, en definitiva, una forma comercial que podría entenderse como "personalizada", ya que fomenta el trato directo entre el vendedor, que en muchos casos puede ser también el propietario del negocio, y el cliente. Es un comercio que es capaz de crear *paisajes a ras del suelo* (Gómez, 2016). Es el comercio al que se acude a diario, o por el que pasamos cuando recorremos la ciudad. Es el comercio que da forma a la ciudad, el escenario donde se desarrolla nuestra vida. Este es el comercio que se denomina de proximidad, el que está compuesto por las tiendas del barrio, al que podemos acceder caminando por la ciudad y el que está cerca de casa (Carballo, 2014).

En el caso de Mollet del Vallès, este tipo de comercio se localiza dentro de todos los barrios consolidados de la ciudad, con mayor intensidad en unos que en otros. Por ejemplo, los barrios más antiguos y centrales poseen muchos más locales comerciales activos que los barrios más jóvenes; y los locales de los primeros atraen a compradores de fuera de dichos barrios, cosa que no ocurre con los segundos.

### 1.1.1 Comercio de escala humana, barrial o de proximidad

Queda excluido de este análisis el sector de Gallecs, pues tiene un carácter de reserva natural y no posee locales comerciales, salvo ventas directas de productos cosechados en el sitio organizadas por los mismos habitantes con el apoyo del Ayuntamiento. En el resto de la ciudad, como se analiza más a fondo en el capítulo 2 de este trabajo, se puede observar que existen comercios que ocupan locales claramente diseñados para albergar esta actividad cuando se trata de edificaciones más nuevas, pero que también hay algunos que ocupan espacios que han cambiado de uso residencial a comercial y que aún mantienen algunos aspectos de su antigua función, como puertas estrechas y ventanas pequeñas.

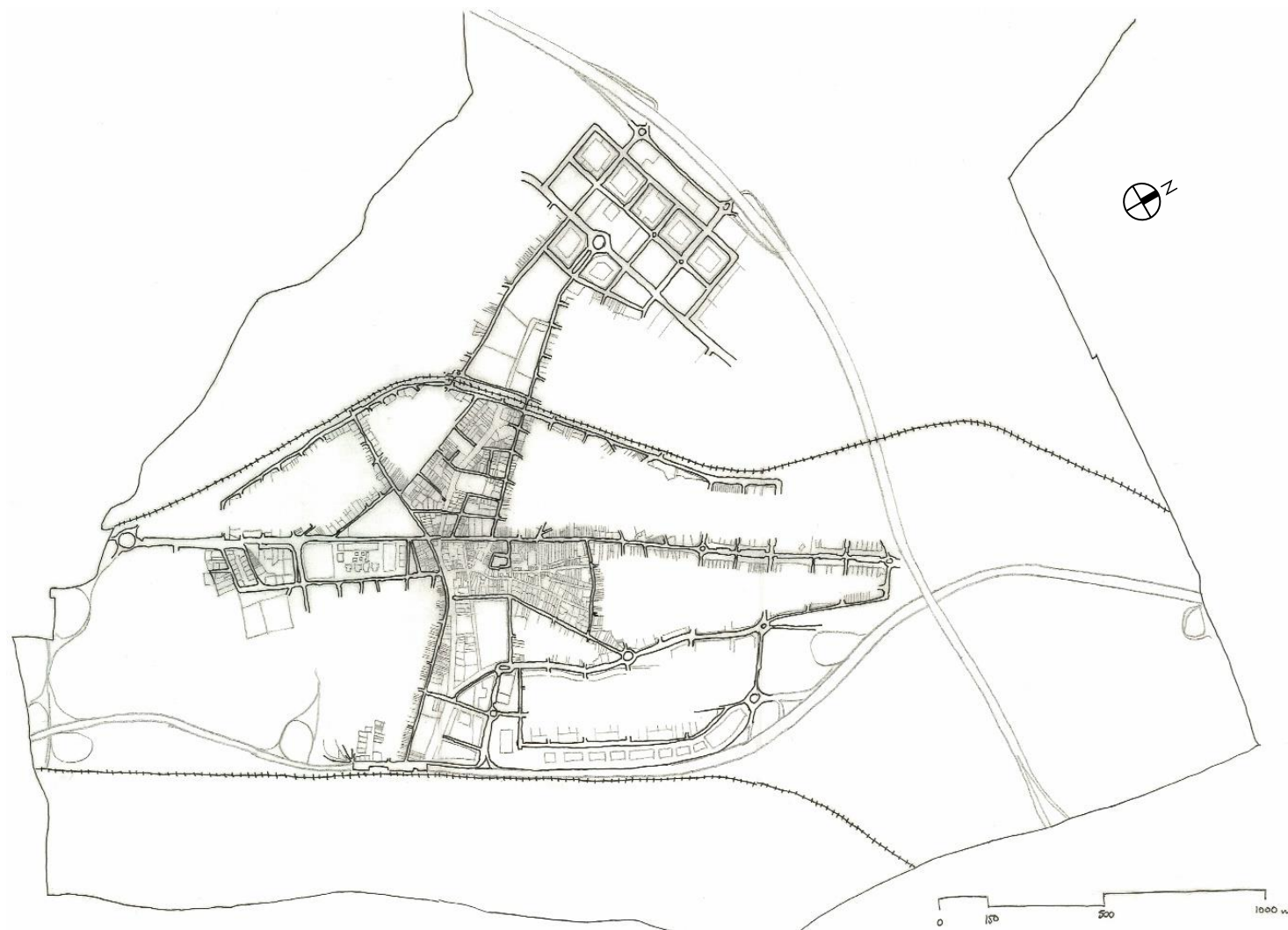
En Mollet, este es el comercio predominante, ya que ocupa prácticamente todas las plantas bajas de las calles. El que aprovecha las plantas bajas, se adapta a los espacios existentes y los adecúa para su función comercial, en general en locales con un área menor a 150 m<sup>2</sup>, y que en muy pocos casos supera esa superficie. El centro de la ciudad resalta por su alta concentración de predios (fig. 33) y de comercios (fig. 34), ya que en algunos casos existe más de un local en planta baja por parcela. En Mollet del Vallès, además, la mayor parte de los locales comerciales de escala humana parecen replicar la forma de las parcelas suburbanas: de poco frente, estrechas y muy profundas; siendo los locales amplios, con grandes vitrinas, una notable excepción, sobre todo en el casco antiguo de la ciudad.



**Fig. 32: C./ de Barcelona en un día de lluvia.**

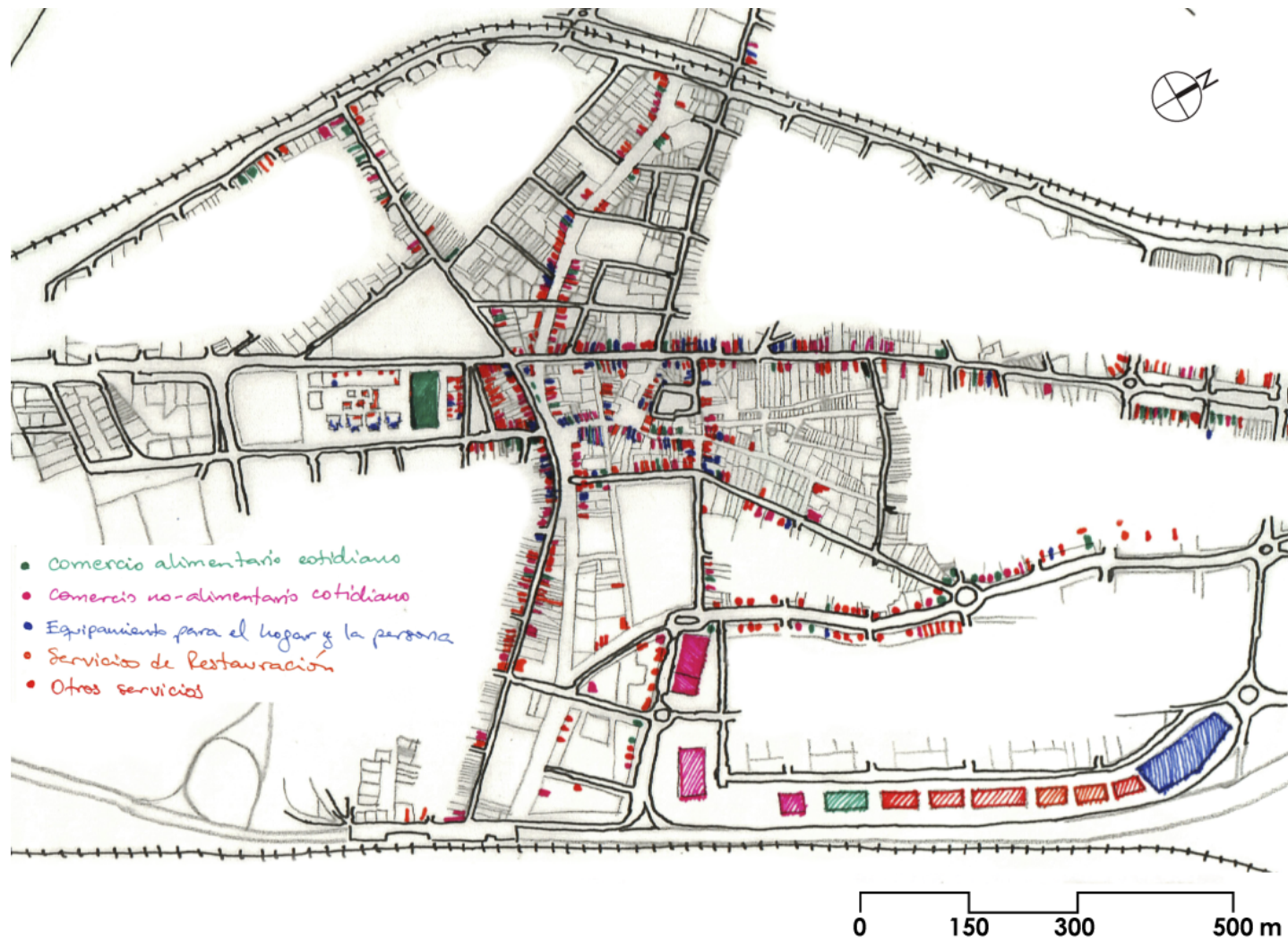
Fuente: Elaboración propia, 2016.

Es, también, el comercio que queda grabado en el imaginario de los habitantes de la ciudad, tal como puede comprobarse en las figuras 35 y 36, que son collages elaborados a partir de los dibujos ganadores del concurso *La meva botiga a Mollet*, parte del evento *Mollet és Fira*, de junio de 2016. En ellos es posible apreciar cómo perciben los niños de la ciudad el comercio y cómo imaginan ellos a la tienda “ideal”.; pero basándose, en 7 de 9 casos, locales reales de la ciudad.



**Fig. 33: Fragmento urbano y división parcelaria de Mollet del Vallès.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.



**Fig. 34: Concentración del comercio en el centro de Mollet.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.





**Fig. 35: Collage con los dibujos ganadores del concurso de dibujo infantil *La meva botiga a Mollet*, organizado por el Ajuntament de Mollet del Vallès y Decathlon.**

Fuente: Elaboración propia con los dibujos ganadores cuyos autores son, de izquierda a derecha y de arriba abajo, Carla García (10), Cristina Reina (10), Gisela García (12), Santiago Santana (9), Elías Carneros (7), Chantal Miralles (8), Biel Pérez (5), Álvaro Romero (6), Emma González (6), 2016.



**Fig. 36: Collage con fotografías de los locales que inspiraron los dibujos ganadores del concurso de dibujo infantil *La meva botiga a Mollet*.**

Fuente: Elaboración propia con los dibujos ganadores de Carla García (10), Cristina Reina (10), fotografías propias e imágenes de Google Street View, 2016.

He denominado como “comercio **de gran escala**” a aquellas superficies que, en contraposición con el comercio de escala humana, están destinadas exclusivamente al uso comercial. Son accesibles para los viandantes, pero lo son mucho más para los motoristas, ya que se les provee de un espacio de aparcamiento fuera del espacio público, sea subterráneo o a nivel, cubierto o abierto, pero propio del centro comercial. Esto hace que sea atractivo para personas que viven más lejos, a más de 30 minutos de caminata. En el caso de Mollet, estos están pensados para atraer a personas de ciudades vecinas o conductores que van de paso por la carretera, y puede entenderse que tienen una mayor vinculación territorial, al estar dispuestos en los accesos a la ciudad a través de las carreteras o autovías (Zoido Naranjo, 2013). Por ello, pueden leerse como equipamientos comerciales (o terciarios) de carácter suburbano.

Estas son grandes superficies comerciales, por encima de los 300 m<sup>2</sup>, e incluso bordeando o superando los 1.000 m<sup>2</sup>. Sus edificaciones están diseñadas específicamente para albergar actividades comerciales. En Mollet, se pueden diferenciar dos sub-categorías dentro del comercio a gran escala: los centros comerciales, entendiéndose como aquellos edificios en los que varios locales se organizan en torno a un espacio común desde el cuál tienen acceso; y las grandes tiendas, que son grandes galpones que albergan a un único establecimiento.

Con respecto a los centros comerciales, en Mollet existen únicamente dos muy pequeños: uno en la Av. de la Llibertat, de un solo nivel y en el que los locales no tienen acceso directo desde la calle; y otro, en la c./ de Nicaragua, de dos niveles, en el que los locales de planta baja tienen acceso directamente desde la calle, no así los de la planta alta a los cuales se acceden desde un área comunal que contiene la circulación vertical que conecta este nivel con la calle.

### **1.1.2 Comercio de gran escala, equipamientos terciarios de carácter suburbano**



En cuanto a las grandes tiendas, en Mollet existen varias como por ejemplo cinco grandes supermercados, una tienda deportiva, tres concesionarios de coches con sus talleres y dos hoteles que aprovechan la ubicación hacia la periferia de la ciudad, en dirección hacia las autopistas de salida o en estrecha relación con estas. Su localización coincide con los ensanches y polígonos residenciales de la ciudad de Mollet. En el ensanche de Can Borrell, al norte de la ciudad y limitando con la autopista AP-7, se localiza uno de los dos centros comerciales de la ciudad (con una gran tienda de ropa, otra de juguetes y otra de artículos para la construcción), un hotel y dos supermercados. En el polígono residencial del barrio de la Riera Seca, al este de la ciudad y junto a la entrada de la carretera C-17, se implantan una tienda muy grande de complementos deportivos, tres supermercados, un hotel, tres concesionarias, una gasolinera, una lavadora de coches, una tienda de venta de artículos para el hogar, además de dos locales de comida, con comedor y servicio al auto, que convierten a este sector en una zona de descanso.

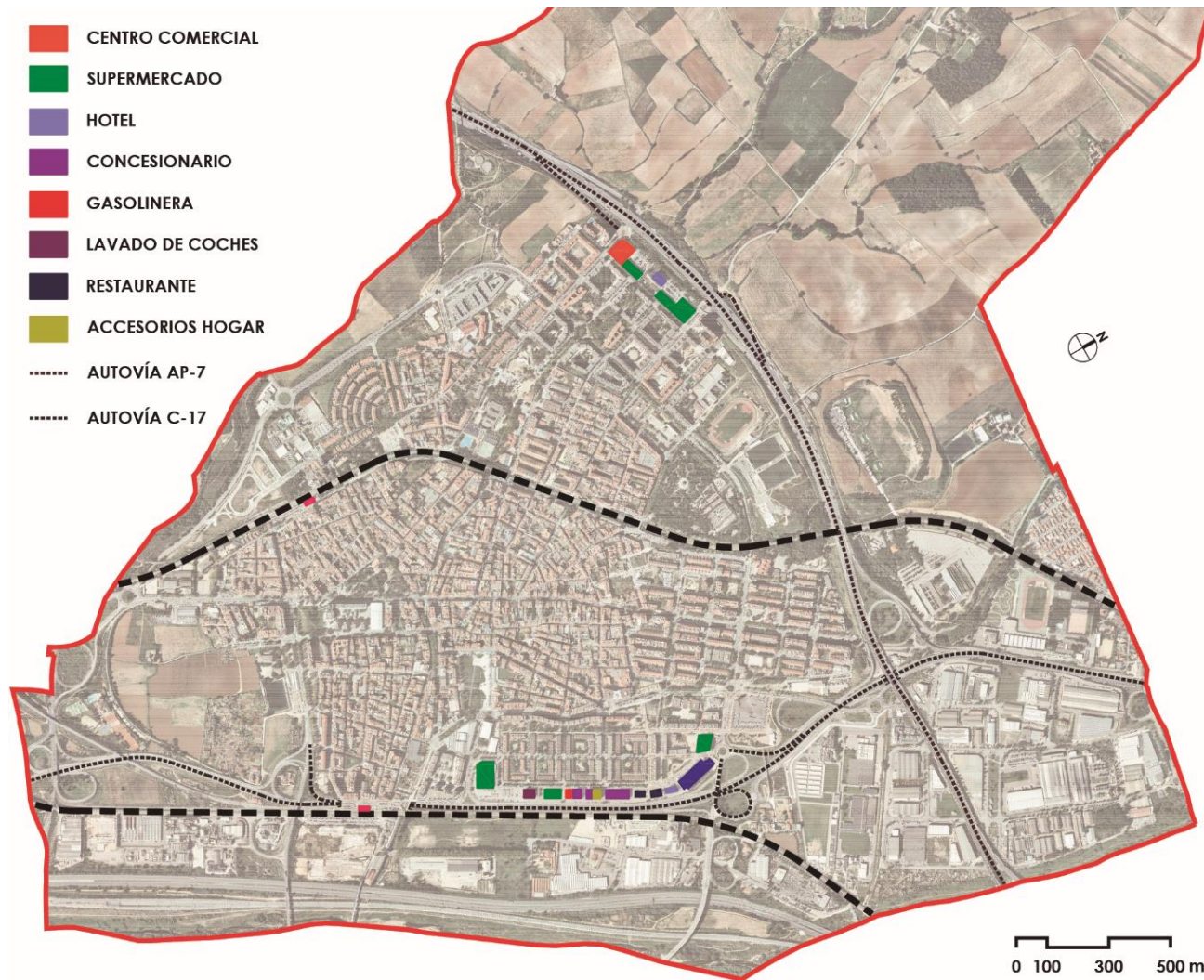


**Fig. 37: Vista hacia la zona de comercio a gran escala del barrio de la Riera Seca desde el Parc de Ca l'Estrada, al margen del acceso norte de Mollet del Vallès desde la C-17.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.

La ordenación aislada predomina en los dos grandes polos terciarios de Mollet; las edificaciones son aisladas y están rodeadas por grandes áreas de parqueo. A diferencia del comercio de escala humana, el comercio de gran escala está diseñado para ser llamativo y visible desde lejos, reemplazando un diseño llamativo de fachadas por elementos publicitarios expuestos hacia las carreteras y que no son visibles para los viandantes cuando caminan cerca de ellos. Esta publicidad hacia la carretera se convierte en una suerte de fachada de la ciudad, una fachada incluso más variable que el *skyline*, que depende de la construcción de edificios para ir variando a lo largo del tiempo, mientras que la publicidad cambia con rapidez, anunciando nuevos productos y nuevos comercios. De esta manera se crean **paisajes publicitarios**, pensados para ser vistos al circular a una velocidad de 60 o más kilómetros por hora (Dalsgaard, 2014; Gehl, 2006; Gehl & Svarre, 2013).





**Fig. 38: Comercios de gran escala en Mollet.**

Fuente: Elaboración propia sobre la ortofoto del Ajuntament de Mollet, 2016.



*“L'any 1906 trobem les primeres notícies escrites en relació amb els mercats de carrer de Mollet. Cada diumenge, els venedors paraven les taules per vendre a la plaça del Mercadal, davant de la Marineta. (...) Al Ple del 10 de gener de 1909 es parla de la possibilitat de fer un mercat setmanal, en principi els dissabtes, però es continua fent els diumenges, fins al novembre de 1909, que es passa als dimarts: 'Des de feia anys, el mercat es feia els diumenges però per no assistir-hi gairebé ningú, l'Ajuntament acordà celebrar-lo els dimarts i avui ha tingut lloc el primer, molt animat' (L'art del pagès, núm. 898, 26 d'octubre de 1909). El 12 de novembre de 1909 s'inaugura oficialment”.*

(Arimon, 2006)

En mi tiempo en Cataluña, he visto que muchas ciudades tienen un mercado itinerante semanal los fines de semana, Santa Coloma de Gramanet, Palau-Solità i Plegamans, Pals. En Quito aún se preservan en pocos barrios tradicionales las ferias de productos, donde los vendedores salen del edificio del mercado para vender en la calle frente al mismo; en cambio, en los mercados de Cataluña he visto caravanas que se mueven de una ciudad a otra, según escuche decir a los propios comerciantes. En Mollet del Vallès también se realiza un mercado itinerante semanal, pero entre semana, los días martes. Es un **mercado en la calle**, que abarca la Av. de la Llibertat, desde Can Mulà hasta la c./ de Berenguer III, toda la c./ de Barcelona, la Rambla de Fiveller, la Rambla de Balmes, entre c./ de Barcelona y Rambla de Pompeu Fabra, la c./ de Sant Vicenç, la c./ de Gaietà Vinzia, entre Av. de Jaume I y c./ de Saragossa, y las plazas de Catalunya y Prat de la Riba, siendo un recorrido de poco más de un kilómetro y cerca de 19.000 m<sup>2</sup> de espacio público, entre aceras y calzadas.

### 1.1.3 Comercio itinerante



**Fig. 39: Mercado semanal – Av. de la Llibertat.**

Fuente: Elaboración propia, 2015.



**Fig. 40: Mercado semanal – c./ Gaietà Vinzia.**

Fuente: Elaboración propia, 2015.



**Fig. 41: Localización del mercado itinerante en las calles del centro de Mollet del Vallès.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.



El mercado semanal de Mollet, con al menos 110 años de tradición según la crónica recogida en el libro *Cent anys de mercat a Mollet (1906-2006)* de Glòria Arimon, tiene comerciantes y compradores tanto de la ciudad como de los pueblos vecinos, de acuerdo con datos del mismo libro e información proporcionada por el señor Alex Cerillo de Mollet Impulsa, dependencia del Ayuntamiento que se encarga de gestionar todo lo referente al comercio en la ciudad. El mercado itinerante, además, atrae a más clientes al mercado municipal, frente al cual se colocan precisamente los vendedores de frutas y verduras, según la misma fuente en Mollet Impulsa.

Hay, en total 351 puestos de venta, 46 dedicados al expendio de frutas y verduras, 12 a otros productos alimentarios y 293 a productos no alimentarios, como ropa, calzados, artículos para el hogar y decoración, tecnología y accesorios, juguetes, materiales para manualidades, entre otros (Ajuntament de Mollet del Vallès, 2016b). Están dispuestos uno junto al otro a ambos lados de la calle, dejando un callejón central para el paso de los compradores y pequeños callejones de paso entre puestos. Las aceras, en cambio, se emplean como “trastienda” de los puestos. Cada puesto está censado y cuenta con un permiso del Ayuntamiento, otorgado tras el pago de la tasa correspondiente, y se renueva con la presentación periódica de que se encuentra al día con las obligaciones tributarias y con el pago de la seguridad social. El mercado, desarrollado los días martes de 8h00 a 13h30, obliga a los vendedores a desmontar y limpiar el área que le fue asignada hasta las 14h30, momento en el que el Ayuntamiento recoge la basura generada por los vendedores. Los permisos para la venta en el mercado semanal no son transferibles y, al momento, existen cientos de solicitudes nuevas para acceder a una plaza en el mercadillo, que no pueden satisfacerse por falta de espacio físico, pese a lo grande que es el área destinada a esta actividad.

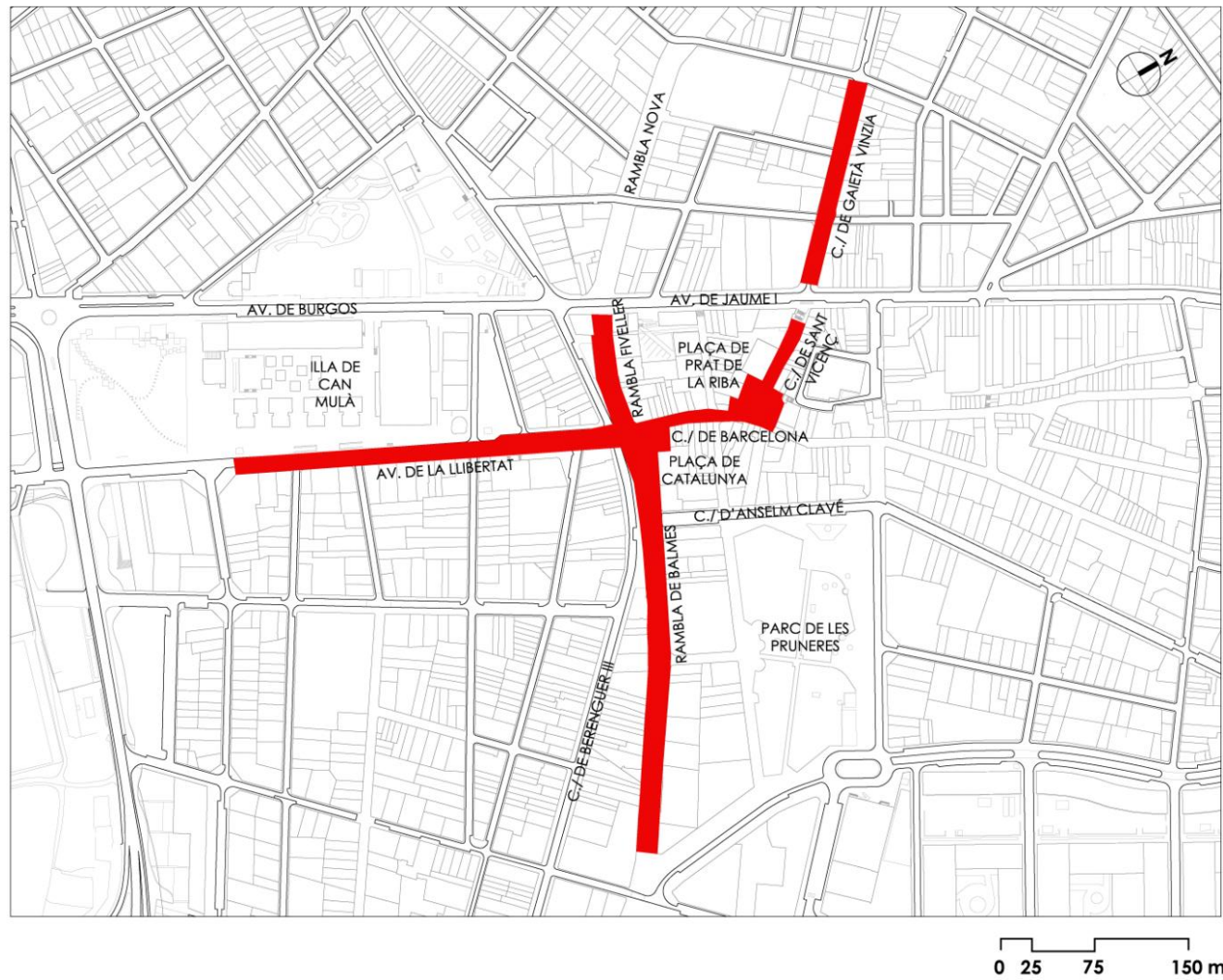


**Fig. 42: “Café Marfà de Mollet”  
(Joan Abelló, 1969).**

Fuente: El Mollet d'ABELLÓ, 2009.

Por todo lo anterior, el mercado itinerante de Mollet es considerado como uno de los más importantes del Baix Vallès y, probablemente, también uno de los más grandes. Tal es su relevancia que fue plasmado por el artista molletense Joan Abellò (1922-2008) en sus cuadros y fue objeto de un libro recopilatorio de su historia, *Cent anys de mercat a Mollet (1906-2006)* de Glòria Arimon, editado por el Ayuntamiento de la ciudad. Es, de acuerdo con el relato contenido en el mencionado libro, es responsable por la construcción del mercado sedentario, ya que la ciudad no tenía un espacio para desarrollar estas actividades hasta mediados del siglo XX: los comerciantes de los locales sedentarios y los callejeros eran protagonistas de disputas por acusaciones de competencia desleal a inicios del siglo anterior (Arimon, 2006). De esta manera es posible entender que en comercio en la calle (comercio itinerante) y el comercio hacia la calle (comercio de escala humana), son los de mayor tradición histórica en Mollet del Vallès, en especial, en cuanto a la venta de productos alimentarios<sup>3</sup>, herencia del pasado agrícola de la población.

<sup>3</sup> De acuerdo con una encuesta elaborada en 2007 y otra de 2010, ambas proporcionadas por Alex Cerrillo de Mollet Impulsa (Ayuntamiento de Mollet), el comercio cotidiano alimentario y no alimentario son los que demuestran un menor porcentaje de fuga, de 10% y 13%, respectivamente. Son, por tanto, comercios importantes en Mollet. En la encuesta telefónica de 2007 a 400 hogares demostró que las personas prefieren realizar sus compras cotidianas alimentarias en comercios al detalle y mercados, que garantizan un producto fresco; mientras que las compras cotidianas no alimentarias las realizan en comercios con modalidad de autoservicio en casi un 90%.



**Fig. 43: Las calles del mercado itinerante de Mollet del Vallès.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.





Como en toda ciudad, el comercio en Mollet del Vallès aparece en prácticamente todos los rincones del pueblo, pero no con la misma intensidad. Prácticamente, no existe un barrio en la ciudad donde no exista al menos un local comercial, salvo Gallecs y los polígonos industriales que tienen una baja ocupación residencial. Tiene lógica, donde haya potenciales clientes, el comercio buscará una plaza; después de todo, ningún negocio, ni otro emprendimiento humano, se hace donde no se sepa que habrá una ganancia. De hecho, las ciudades se fundaron buscando emplazamientos que garantizaran seguridad por las propias condiciones físicas del terreno, o el florecimiento comercial, en cuyo caso se debía construir una muralla de protección (Burnham et al., 1993).

En Mollet, la mayor concentración comercial se encuentra en el centro de la ciudad. Como se puede ver en la imagen (fig. 44), esta actividad (comercio de escala humana) marca una clara centralidad en el casco antiguo de la ciudad, reforzando su condición de **núcleo y motor de la vida urbana**, donde se puede conseguir una gran variedad de productos alimentarios y no alimentarios, cotidianos y no cotidianos. Puede verse también cómo la actividad es más fuerte en el sentido noreste-suroeste, que corresponde a los ejes Av. de Burgos-Av. de Jaume I y Av. de la Llibertat-c./ de Barcelona. Ambos ejes conectan el centro antiguo, la Plaça de Prat de la Riba, con la nueva Plaça Major, ubicada dentro de la Illa de Can Mulà, donde se localiza el nuevo edificio del Ayuntamiento de Mollet y su mercado municipal. Precisamente, ambas dependencias se trasladaron a inicios del siglo XXI, desde la Plaça de Prat de la Riba a su nueva locación, cuyo objetivo fue de dotar a la ciudad de mejores equipamientos (Sabaté Bel, Sotoca, & Corominas Ayala, 2007) y de una mejor infraestructura comercial y sanitaria para el mercado, supliendo las deficiencias de su antigua casa (Arimon, 2006), el Mercat Vell, que ahora funciona como centro comunitario.

## 1.2 Localización del comercio



**Fig. 44:** Intensidad de la actividad comercial en Mollet del Vallès a mayo de 2016.

Fuente: Informe de EIXOS urban data analytics entregado por Mollet Impulsa, 2016.



**Fig. 45: Equipamiento comercial de Mollet.**

Fuente: Elaboración propia, 2015.



La operación Can Mulà se llevó a cabo bajo la figura de plan especial, de acuerdo a la ordenación contenida en el Plan General Municipal de Ordenación Urbana (PGMOU) de 1982 del grupo TAU. Fue una intervención de escala urbana, mediante una figura de cooperación público privada, impulsada por el Ayuntamiento de Mollet con el fin de recuperar parte del tejido industrial abandonado de la ciudad (Peremiquel i Lluch & Salvà Roselló, 1997; Sabaté Bel et al., 2007), en una locación central y particularmente cercana al casco antiguo de la ciudad, apenas a 5 minutos caminando (fig. 46). El encargo al estudio Serra-Vives-Cartagena Arquitectes fue de realizar, precisamente, una nueva centralidad, acorde con las nuevas necesidades que se enfrentaba el municipio (Peremiquel i Lluch & Salvà Roselló, 1997), considerando que el PGMOU preveía que la población creciera de 35.000 habitantes a inicios de los ochenta, a 50.000 en cuatro años<sup>4</sup> (Estudio TAU, 1982). Por esto, el proyecto debía contar con nuevas viviendas y plazas de aparcamiento, además de espacios comerciales, equipamientos públicos y oficinas (Peremiquel i Lluch & Salvà Roselló, 1997), estas últimas pensando en que, a futuro, Mollet sería un polo atractivo de crecimiento de Barcelona (CCRS arquitectes, 2006).

Can Mulà nació pensado para ser un nuevo centro urbano, en reemplazo del casco antiguo, buscando reinventar las características de este último y trasladándolas a las necesidades de la ciudad en ese momento (Sabaté Bel et al., 2007). Así, se construyó un ambicioso proyecto que mezclaba los usos de vivienda y terciarios, buscando garantizar una complejidad funcional (Peremiquel i Lluch & Salvà Roselló, 1997; Sabaté Bel et al., 2007) que atrajera vida urbana a estos nuevos espacios. Para ello, los autores del proyecto buscaron manejar dos escalas, *“una referida a toda la ciudad, y otra de arquitecturas menores, pensada para los peatones”* (Sabaté Bel et al., 2007).

### 1.2.1 Can Mulà y el casco antiguo

<sup>4</sup> Mollet rompió la barrera de los 50.000 habitantes recién en 2003 (Ajuntament de Mollet del Vallès, 2016b), 17 años después de lo previsto según las proyecciones del PGMOU.





**Fig. 46: Can Mulà - relación con el centro.**

Fuente: Planes muy especiales, 2007.

Puede, pues, decirse que Can Mulà maneja simultáneamente la **escala humana**, como lo haría cualquier fragmento del casco antiguo, con locales comerciales en contacto directo con la calle, o con la plaza interior que forma la propia intervención, y una **gran escala** con una arquitectura de edificios en altura que generan un referente en el centro urbano, así como también con la localización del nuevo ayuntamiento y del mercado municipal. De esta manera, Mollet incrementó la potencialidad de su centro y lo convirtió en un gran eje-zona comercial, en especial sobre la Avenida de la Libertad que conecta el nuevo y el antiguo centro de la ciudad entre sí.

También es posible encontrar una fuerte presencia comercial en el eje que comunica las dos estaciones ferroviarias: Av. de Rafael Casanovas y c./ de Berenguer III. Hasta mediados del siglo pasado, estos ejes eran ocupados por la industria, precisamente por su relación con las estaciones de tren (Ludevid i Massanas, 2006). Estos tejidos consolidados de la ciudad, son ahora importantes ejes comerciales, que sirven de acceso al mercado itinerante de los días martes, para quienes llegan a Mollet desde las ciudades y pueblos cercanos, como Santa Perpètua de Mogoda, Sant Fost de Campsentelles, Montcada i Reixac y las misma Granollers.

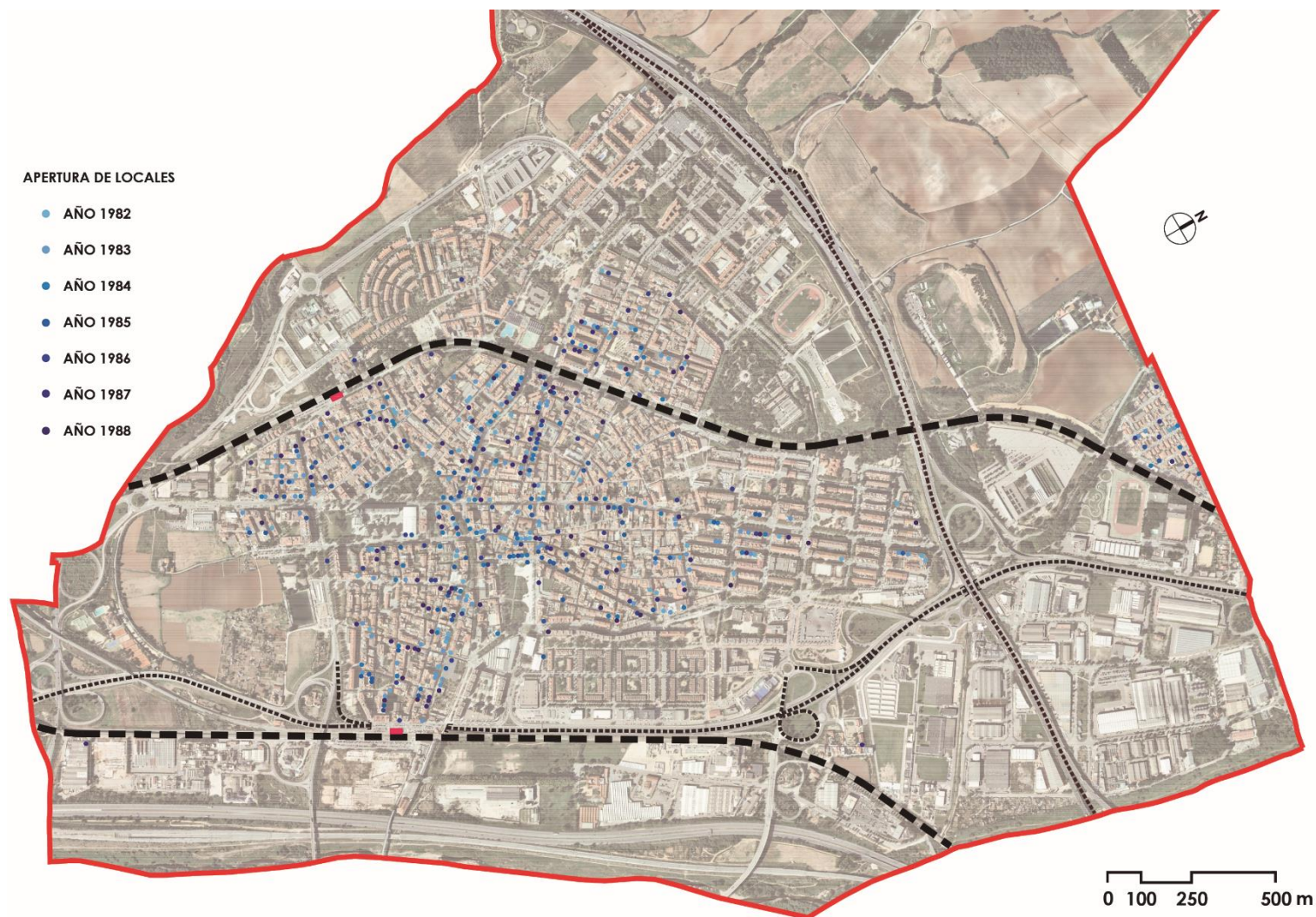




Como se ha mencionado en los apartados anteriores, el comercio en Mollet busca agruparse hacia el centro de la ciudad. Es aquí, además, donde se localiza el mercado semanal itinerante. De hecho, previo a la construcción de la Illa de Can Mulà a inicio de los años noventa del siglo pasado, el espacio ahora ocupado por esta nueva centralidad molletense fue el escenario donde se desarrollaba el mercadillo, según recuenta la memoria del proyecto (Sabaté Bel et al., 2007).

Como puede apreciarse en los gráficos a continuación, el comercio de la ciudad de Mollet se ha agrupado primordialmente en los cuatro barrios centrales, Barri de l'Estació del Nord, Barri del Col·legis Nous, Barri de l'Estació de França y Barri del Centre (8, 9, 12 y 13 respectivamente en la figura 16 de la página 44), que son los barrios más antiguos de Mollet. Llama la atención, también, que estos barrios están dentro del perímetro limitado por las dos líneas férreas y por las autovías AP-7 y C-17, un encierro que puede haber contribuido a la consolidación del comercio en este sector. En el mapa correspondiente a las aperturas de locales entre 1982 y 1988, también es posible apreciar una creciente presencia de actividad comercial en el barrio de Can Pantiquet, hacia el noreste del centro, así como en el barrio de la Plana Lledó, justo al norte del barrio del Col·legis Nous, y en el barrio de Lourdes, ubicado en el límite del término municipal hacia Parets del Vallès, ambos por encima de la línea de ferrocarriles Barcelona-Puigcerdà. La ausencia de comercio en los barrios de Can Borrell, al norte, de Santa Rosa, al oeste, y de la Riera Seca, al este, se debe a que en estos años aún no existían dichos ensanches, siendo aún suelos agrícolas e industriales. Es a partir del PGMOU de 1982 que se inicia la urbanización programada de estos terrenos. Su consolidación tomaría más tiempo. También es de notar la gran cantidad de locales ubicados en los ejes de la Rambla Nova, Berenguer III y Gaietà Vinzia.

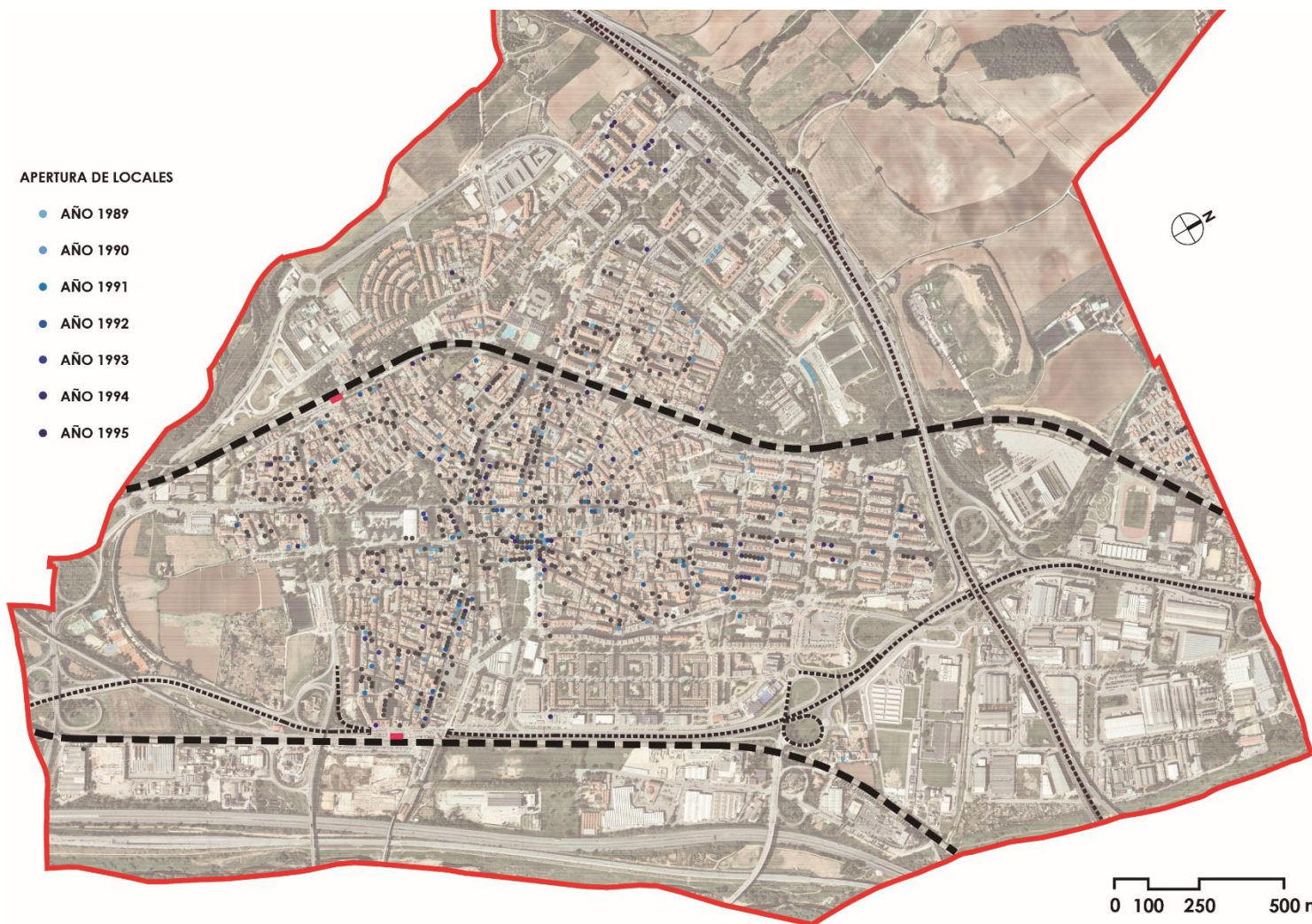
### **1.2.2 Localización histórica del comercio en Mollet 1982-2010**



**Fig. 47: Locales abiertos en Mollet entre 1982 y 1988.**

Fuente: Elaboración propia sobre ortofoto actual del Ayuntamiento de Mollet del Vallès, 2016.

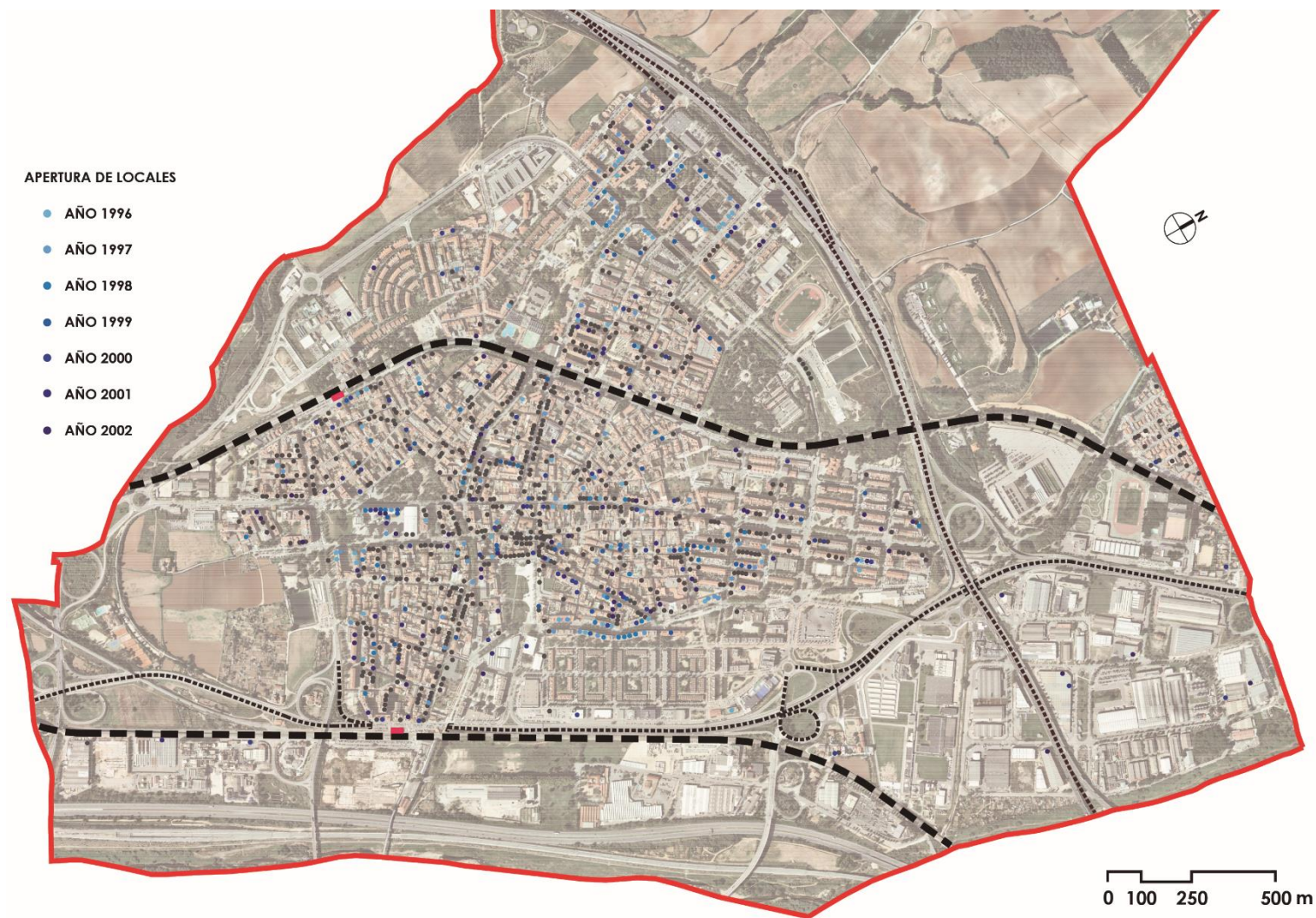




**Fig. 48: Locales abiertos en Mollet entre 1989 y 1995.**

Fuente: Elaboración propia sobre ortofoto actual del Ayuntamiento de Mollet del Vallès, 2016.

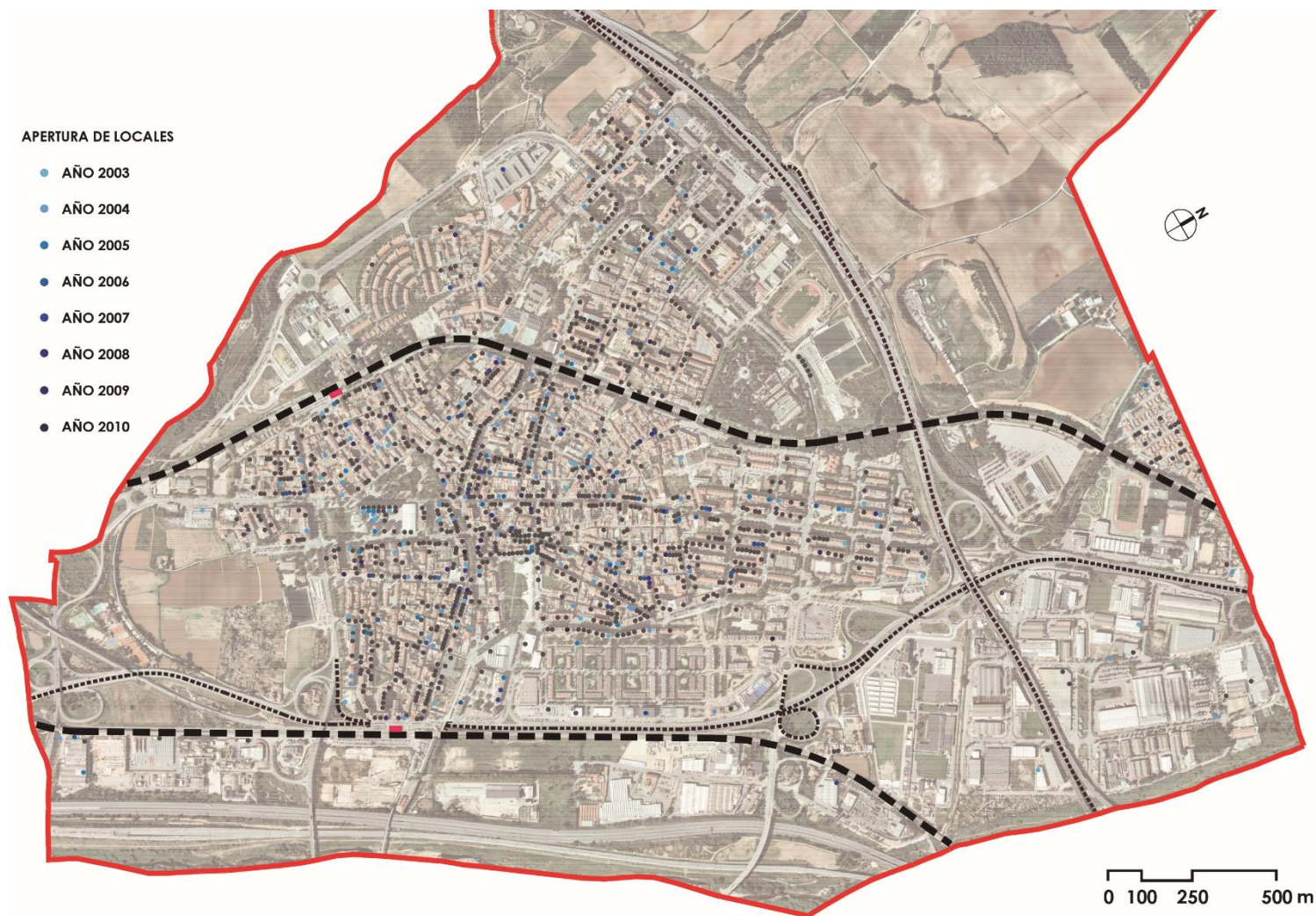




**Fig. 49: Locales abiertos en Mollet entre 1996 y 2002.**

Fuente: Elaboración propia sobre ortofoto actual del Ayuntamiento de Mollet del Vallès, 2016.





**Fig. 50: Locales abiertos en Mollet entre 2003 y 2010.**

Fuente: Elaboración propia sobre ortofoto actual del Ayuntamiento de Mollet del Vallès, 2016.

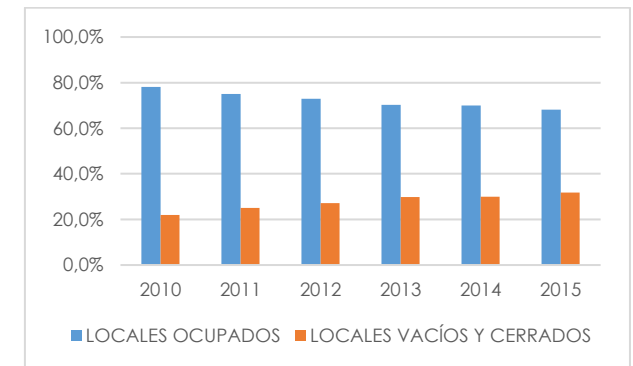
En los gráficos también es posible notar cómo empiezan a ocuparse los nuevos tejidos. Por ejemplo, el ensanche de Can Borrell empieza a atraer actividad comercial alrededor de 1994, con apenas unos pocos locales ubicados en las manzanas ubicadas hacia el noroccidente del barrio, para consolidarse entre 1996 y 2002 (fig. 49), con un gran número de locales abiertos en esos años. Así mismo, es posible observar que la actuación de Can Mulà empieza a atraer comercio a partir de 1997, al igual que la zona comercial sur ubicada en el barrio de la Riera Seca. El caso de la Illa de Can Mulà es muy significativo, ya que oficialmente fue inaugurada en 2003 (Ajuntament de Mollet del Vallès, 2016b), cuando empezó a funcionar el nuevo ayuntamiento, pero su vitalidad como nuevo centro urbano nació seis años antes con la aparición del comercio en sus plantas bajas.

Es importante, nuevamente, enfatizar la gran cantidad de establecimientos localizados en los cuatro barrios más centrales de la ciudad (del Centre, del Col·legis Nous, de l'Estació de França y de l'Estació del Nord), delimitados por las líneas de ferrocarril y las autovías. Esta particularidad me recuerda a un profesor de la universidad que impartía una materia optativa llamada "Arte y Arquitectura en el Antiguo Egipto"; él mencionaba que Egipto era una encrucijada abierta y un oasis cerrado: era un punto de paso de rutas comerciales, lo cual le dio una gran vitalidad económica, pero también estaba lo suficientemente protegido por su propia geografía, para evitar ser invadido. De cierta manera, parece que Mollet es también una encrucijada abierta y un oasis cerrado en cuanto a su comercio: varias son las rutas de acceso a la ciudad desde la gran capital barcelonesa, pero esas mismas rutas confinan un núcleo comercial potente con una identidad propia.

La figura, en la página siguiente, muestra los locales que existen actualmente en la ciudad de Mollet del Vallès. De acuerdo con el levantamiento de EIXOS y la información proporcionada por Mollet Impulsa (Ayuntamiento), en abril de 2015 existían 2.287 locales en Mollet, frente a 1.981 que existían en 2010 (EIXOS Economic observatory, 2015), es decir, 306 locales nuevos. Esto representa un incremento del 15,45%. Este incremento se refleja en los locales cerrados o vacíos, ya que el número de locales en funcionamiento se ha mantenido casi estable, pasando de 1.547 a 1.560 de acuerdo con el estudio, equivalente a poco menos del 1%; mientras que los locales vacíos han aumentado de 434, en 2010, a 727, en 2015, es decir, un incremento del 61, 51% en el número establecimientos cerrados. Según el propio estudio, este incremento no se debe a una mayor construcción, sino a una división de locales más grandes en otros de menor superficie (EIXOS Economic observatory, 2015), esto seguramente fue como respuesta a la crisis, con la expectativa de lograr reducir los alquileres para atraer a nuevos inquilinos.

Pese a esta crisis económica, el centro de Mollet y Can Mulá mantienen su potencial como zona comercial en la ciudad. Como puede observarse, en este sector hay una baja concentración de locales cerrados, lo que lleva a intuir que el sector continúa siendo muy importante y apetecido por quienes desarrollan la actividad comercial. Sin embargo, al alejarnos de centro, el resto de locales en los barrios del Centre y del Col·legis Nous se encuentran cerrados, así también en los barrios de la Plana Lledó y de l'Estació del Nord. Esto puede deberse a una pérdida de la intensidad comercial por la falta de un gran comercio que sirva de polo de atracción, como en el diseño de un centro comercial, o como lo indica el estudio de EIXOS, al bajo índice de atracción comercial, porcentaje de locales especializados en el hogar, la persona, la cultura y el ocio, frente al total de locales ocupados, en Mollet es de apenas el 29,9% (EIXOS Economic observatory, 2015).

### 1.2.3 Localización actual del comercio



**Fig. 51: Aprovechamiento del tejido comercial de Mollet del Vallès entre 2010 y 2015.**

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio estratégico del comercio en Mollet de EIXOS Economic Observatory de abril de 2015.

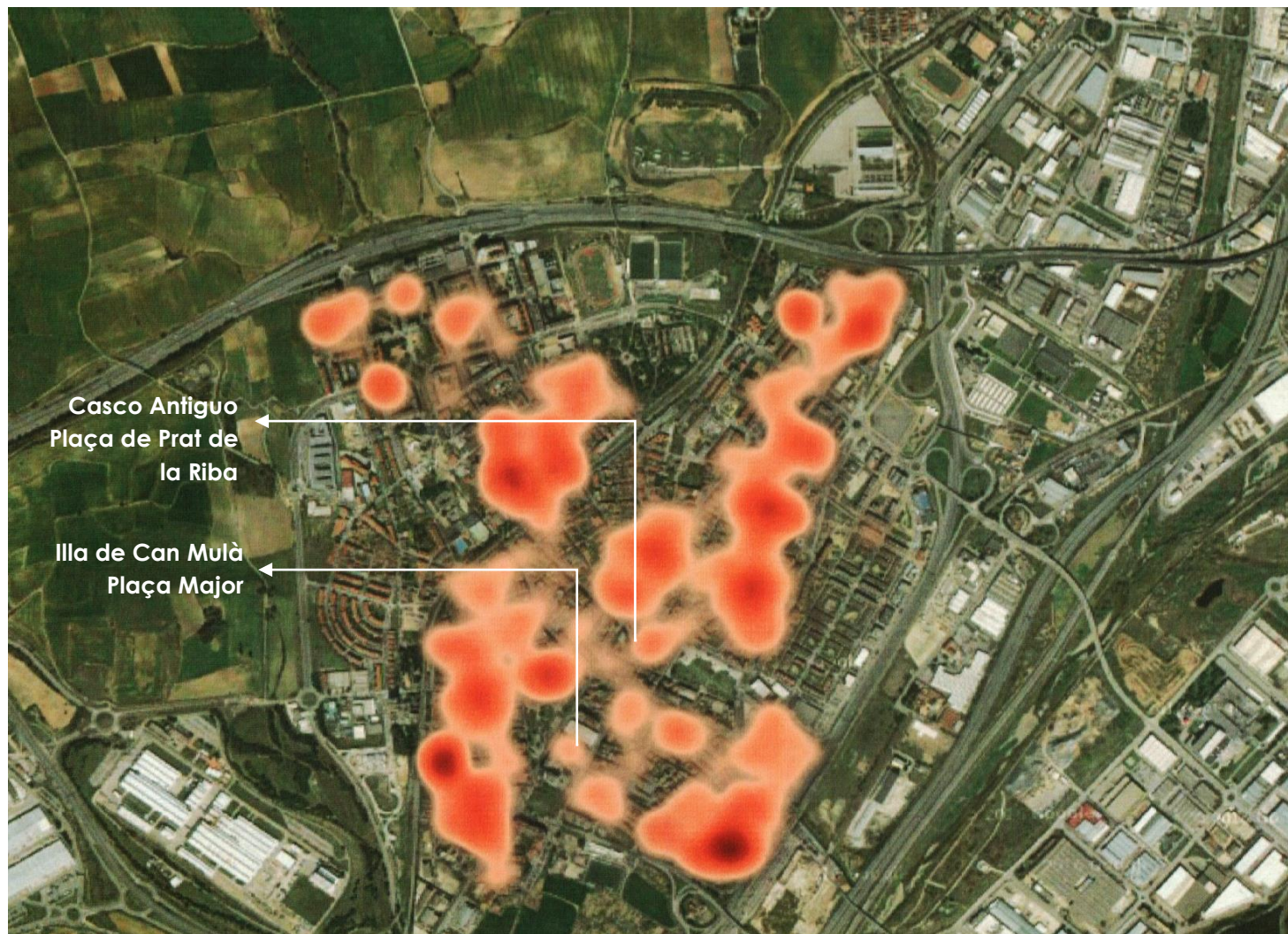




**Fig. 52: Locales abiertos(verde) y cerrados (rojo) en Mollet del Vallès a mayo de 2016.**

Fuente: Informe de EIXOS urban data analytics entregado por Mollet Impulsa, 2016.





**Fig. 53: Concentración de locales vacíos en Mollet del Vallès a mayo de 2015.**  
Fuente: Informe de EIXOS urban data analytics entregado por Mollet Impulsa, 2016.



Siendo el comercio una actividad importante en el núcleo urbano de Mollet, es lógico pensar que tiene una gran influencia a la hora de crear políticas públicas. En general, los comerciantes siempre son actores urbanos importantes ya que de ellos depende la salud económica de la ciudad y, en cierta medida, la vida urbana. El comercio en la calle crea lugares para el paseo (Capel Sáez, 2005; Carreras i Verdaguer, 1995). Una calle sin locales comerciales no atrae a quien busca pasear por la ciudad en sus momentos de ocio, salvo que existiera algún lugar particular que visitar y que obligue transitar por dichas calles.

El Ayuntamiento ha reconocido la importancia de su mercado semanal como dinamizador del comercio de la ciudad. No solo ha impulsado proyectos de mejora urbanística, como la cobertura del torrente Caganell, actual Rambla Nova, o la arborización de la calle Berenguer III. También ha coordinado con los comerciantes, a lo largo de los años, para ordenar y regular esta forma de comercio, que requiere del pago de tasas que financian el aseo del espacio ocupado por los comerciantes, quienes, a su vez, son responsables de acumular la basura en los sitios requeridos so pena de perder su parada en el mercado, según el Reglament del Mercat Semanal.

Según Alex Cerrillo, de Mollet Impulsa, el Ayuntamiento también ha buscado flexibilizar la apertura de locales para hacerla más rápida. Al momento, los establecimientos inocuos pueden abrir en Mollet, previo el pago de la tasa que dispone la ley, llenando un formulario en la web del Ayuntamiento y sin necesidad de una visita técnica previa al inicio de las actividades. Además, son sujetos a reducción del 75% de estas tasas las personas que lleven adelante proyectos de interés o reinserción social, las personas que están en el paro, las empresas con certificación en ecogestión y ecoauditoría y las personas o empresas que puedan demostrar la viabilidad de sus proyectos (Ajuntament de Mollet del Vallès, 2016a).

#### **1.2.4 Planeamiento, normativa y políticas comerciales**



Fig. 54: Artículo de la revista digital La Vanguardia de septiembre de 2013.

Fuente: <http://www.lavanguardia.com/local/valles-oriental/20130903/54380967734/mollet-del-valles-comercio-polo-baix-valles.html>

Acceso: 2016-06-10 20:23



De acuerdo con lo anterior, es posible percibir que la política actual del Ayuntamiento de Mollet busca disminuir el número de personas paradas en el municipio. Sin embargo, sus acciones no se limitan a la reducción de tasas fiscales ni a la agilización en los trámites de apertura e inicio de operaciones de nuevos establecimientos comerciales o de servicios. El Ayuntamiento también busca, en los últimos años, diversificar la oferta de locales, permitiendo la subdivisión de algunos de ellos, como se mencionó antes (fig. 54).

Tal vez, una de las políticas más decisivas desde la administración pública fue la regularización del mercado itinerante de Mollet a principios del siglo pasado. Que el Ayuntamiento, a pesar de los cambios de quienes están al frente del pleno municipal, mantenga políticas enfocadas en la promoción comercial podría significar que la ciudad ha sido capaz de entender su vocación y exigir que se fomente esta actividad en el término. Incluso apoyó a la elaboración y publicación de la investigación de Glòria Arimon sobre el mercado en Mollet.

Además, el Ayuntamiento lleva adelante varios programas de promoción comercial. Uno de ellos fue la iluminación navideña de las calles comerciales del municipio. Si bien son los comerciantes los que pagan por la colocación de luces, la administración pública diseñó esta tradición navideña como una campaña para incentivar la compra de regalos en los comercios de la ciudad. Incluso se realizó una campaña publicitaria que incluía dos horas de parqueo gratuito en la zona azul para quienes compren en los comercios participantes. Caminar por las calles de Mollet durante el mes de diciembre y hasta el día de Reyes fue para mí, como estar paseando por el interior de un centro comercial gracias a la decoración e iluminación navideña, pero también a la música ambiental que sonaba en parlantes colocados por el Ayuntamiento a lo largo de todos los ejes iluminados.



**Fig. 55: La calle Barcelona iluminada por navidad.**

Fuente: Elaboración propia, 2015.

La feria navideña de Mollet (fig. 55 y 57) es un evento anual, pero no el único que celebra la ciudad. Según la web del Ayuntamiento, todo el año, éste y las asociaciones de comerciantes, están trabajando constantemente para llevar adelante varias ferias de promoción comercial. La Asociación de Coleccionistas de Mollet, por ejemplo, organiza su mercado de venta de artículos de colección todos los primeros domingos de mes y otra feria de intercambio de cosas usadas, denominada “Feria del Estorbo”. Además, entre las ferias anuales se pueden citar también la Feria de Entidades, organizada en la segunda quincena de mayo para promover los servicios ofertados en la ciudad, la Feria de los Artesanos, en el fin de semana siguiente a la Diada de Catalunya, en la que se venden productos de elaboración artesanal y se realizan demostraciones del trabajo de los artesanos, y la Feria del Stock, realizada en el cambio de temporada, en la que los locales sacan los productos en rebaja a la calle (Ajuntament de Mollet del Vallès, 2016b).



**Fig. 56: Mollet és Fira 2016, en la Illa de Can Mulà, en el fin de semana denominado “Mollet és Motor”.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.

Sin embargo, la ferias más importantes del municipio son Mollet és Fira (fig. 56 y 58), que se celebra anualmente en el mes de junio, en la que se promocionan los diferentes sectores comerciales de la ciudad, con temáticas semanales de oferta de productos en cuatro temas: alimentación, automotores, comercio y bienestar y calidad de vida (Ajuntament de Mollet del Vallès, 2016b); y Firamollet, una bienal en la que se busca promocionar a nivel de toda la comarca y el Baix Vallès la oferta en productos y servicios del municipio.



Fig. 57: Afiche colocado en una parada de autobús de la Av. de Burgos que promociona el comercio local para las compras navideñas con el lema “Viu el Nadal a Mollet”.

Fuente: Elaboración propia, 2015.



Fig. 58: Cartel de la feria anual de Mollet.

Fuente: Ajuntament de Mollet del Vallès, 2016.





Mollet del Vallès parece tener una fuerte vocación comercial. Pese a no ser capital de la comarca del Vallès Oriental y a su cercanía con Granollers y Barcelona, ha logrado mantener una tradición comercial que se ha reflejado en algunas operaciones llevadas a cabo por el Ayuntamiento para promocionar el comercio al detalle de la ciudad entre los demás municipios. Entre éstas se puede enumerar la organización de ferias anuales, como la feria artesanal en septiembre, la feria de navidad en diciembre, la feria de entidades (promoción de servicios) en mayo, la feria mensual de coleccionistas; así como Mollet és Fira y Firamollet, la primera con carácter anual en el mes de junio para promocionar el comercio sectorial de la ciudad, y la segunda, una bienal efectuada en octubre, de promoción de comercio local y comarcal para posicionar a la ciudad en su entorno.

Mediante el planeamiento, la ciudad ha buscado impulsar un cierto nivel de usos mixtos en planta baja. Aunque no es factible que todas las plantas bajas sean comerciales, apenas dos barrios de Mollet tienen un uso exclusivo residencial, Santa Rosa y de la Riera Seca. Aun así, el comercio también aparece en estos sectores, sea por la cercanía con las grandes superficies comerciales de la ciudad, o por el surgimiento de pequeñas tiendas y servicios de restauración para satisfacer las demandas de los habitantes.

En Mollet, el comercio se ha mantenido concentrado en el casco antiguo de la ciudad, aunque parecen haber surgido dos centralidades complementarias. La primera, Can Mulà, que precisamente pretendía expandir la influencia del centro hacia el sur, y Can Borrell, que, en cambio, generó una nueva centralidad en el norte de la ciudad, que presenta una cierta desconexión con el centro.

## **Ideas Finales**

Los antiguos caminos y torrentes de Mollet son hoy los principales ejes comerciales de la ciudad, que se benefician de su localización central y la influencia de las plazas de Prat de la Riba, Catalunya y Can Mulà. Parecen, entonces, conservar su vocación como paso obligatorio de las personas, herencia de su función pasada, y aprovecharla para el florecimiento comercial. Las vías que conectan las estaciones de trenes, Berenguer III y Rafael Casanova, así como la antigua carretera N-152, hoy el eje Burgos-Jaume I-Antoni Gaudi, y el eje Llibertat-Barcelona-Gaietà Ventalló, que conectan el casco antiguo con Can Mulà, las ramblas Nova y Fiveller y la calle Gaietà Vinzia, se mantienen como locaciones importantes a nivel comercial, con un alto aprovechamiento de su tejido comercial, por entre el 77% y el 95% (EIXOS Economic observatory, 2015).

- Pregunta 2: ¿Existe una relación entre la forma de la calle, la cantidad de personas que transitan y el número de locales comerciales que aparecen a lo largo de la misma?
- Objetivo 2: Definir parámetros de diseño a tomar en consideración para la generación de nuevos ejes comerciales, identificando las características comunes que poseen los ejes comerciales existentes, en cuanto a su forma y materialidad y que parecen influir en la activación de la actividad comercial en la ciudad.
- Hipótesis 2: Determinadas características de la calle, como la anchura de las aceras, la iluminación, la arborización, el equipamiento urbano y la relación entre la fachada y la calle y la ubicación relativa del comercio en el tejido urbano, inciden en diferente medida en la calidad de esta, haciéndola más o menos atractiva tanto para peatones como para comerciantes.

Para analizar la relación entre la calle y el comercio, he establecido cuatro aspectos que creo que me permitirán entender cómo interactúan entre sí. Los he seleccionado porque parecen ser relevantes para el análisis del comercio en Mollet:

Primero, la **división parcelaria** en cuanto a los tipos de tejidos urbanos que se generan en la ciudad, de acuerdo con la clasificación las formas de crecimiento urbano: casco antiguo, suburbana, ensanche, polígono, ciudad jardín (Solà-Morales, 1997), y su relación con la localización del comercio. La importancia de este parámetro surge, a priori, porque parece haber una cierta relación entre la forma de las parcelas, forma de los locales comerciales y el tipo de comercio que surge en el sector, según la clasificación establecida en el capítulo 1.

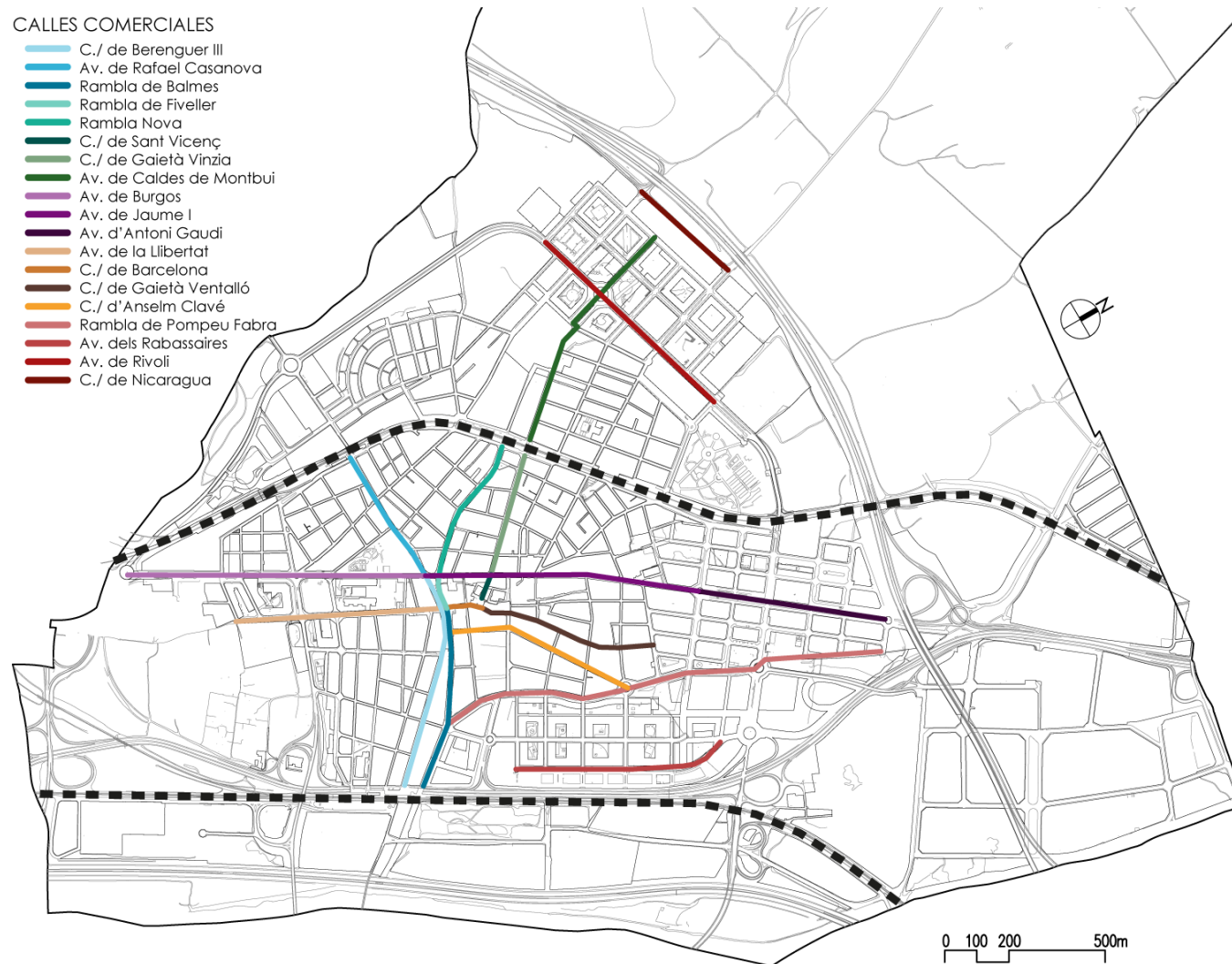
## Capítulo 2: El comercio como catalizador del uso del espacio público en Mollet

Este apartado trata sobre la relación del comercio con el espacio público y cómo ambos se afectan mutuamente: por un lado, un espacio público de calidad invita a que las personas lo utilicen, lo que atrae a los locales comerciales a ubicarse en dichas calles, lo que lleva a una necesidad de mejorar la calidad de estos espacios. Para entender esta relación, se analizan 4 puntos: la división parcelaria, la forma de las calles comerciales, la permeabilidad de las fachadas, la intensidad de uso comercial y la densidad poblacional.

Segundo, la **forma de las calles**, que busca poner en relación elementos como el tipo de iluminación, el ancho de la acera, la relación entre el ancho de la acera y la calzada, la arborización, el mobiliario urbano, con el peatón. En este caso, interesa percibir si los espacios han sido diseñados a escala humana, es decir, si se han diseñado para la comodidad de las personas que circulan a pie a una velocidad de 5 km/h (Dalsgaard, 2014; Gehl, 2006). Es decir, qué tan peatonales son las calles comerciales de Mollet del Vallès y en qué medida afecta el ancho de vía y la proporción de aceras de una calle a su configuración comercial.

Tercero, la **permeabilidad y transparencia de las fachadas**, para medir qué nivel de contacto visual y físico existen entre los interiores de las plantas bajas comerciales y la calle. Este punto es importante ya que pretende establecer en qué medida las fachadas comerciales se relacionan con las personas y, por tanto, qué tan atractivas son las calles comerciales. Para este ejercicio he optado por generar un índice de permeabilidad media, que equivale al número de establecimientos en funcionamiento por cada cien metros de vía, de modo que los ejes con más comercio resultarían los más permeables, ya que la fachada de planta baja es penetrable más veces desde la calle.

Cuarto, la **intensidad de uso comercial y densidad poblacional**, para establecer relaciones entre la concentración de comercios en ciertas áreas de la ciudad y la concentración de habitantes en los mismos sectores. Además, relacionar la posición relativa de los ejes comerciales de la ciudad a estas áreas de alta concentración poblacional. En este caso, se emplean los censos comerciales por barrio para calcular el índice de dotación comercial (número de establecimientos cada 100 habitantes) y una densidad comercial (número de establecimientos por hectárea).



**Fig. 59: Calles comerciales a analizar en Mollet del Vallès.**

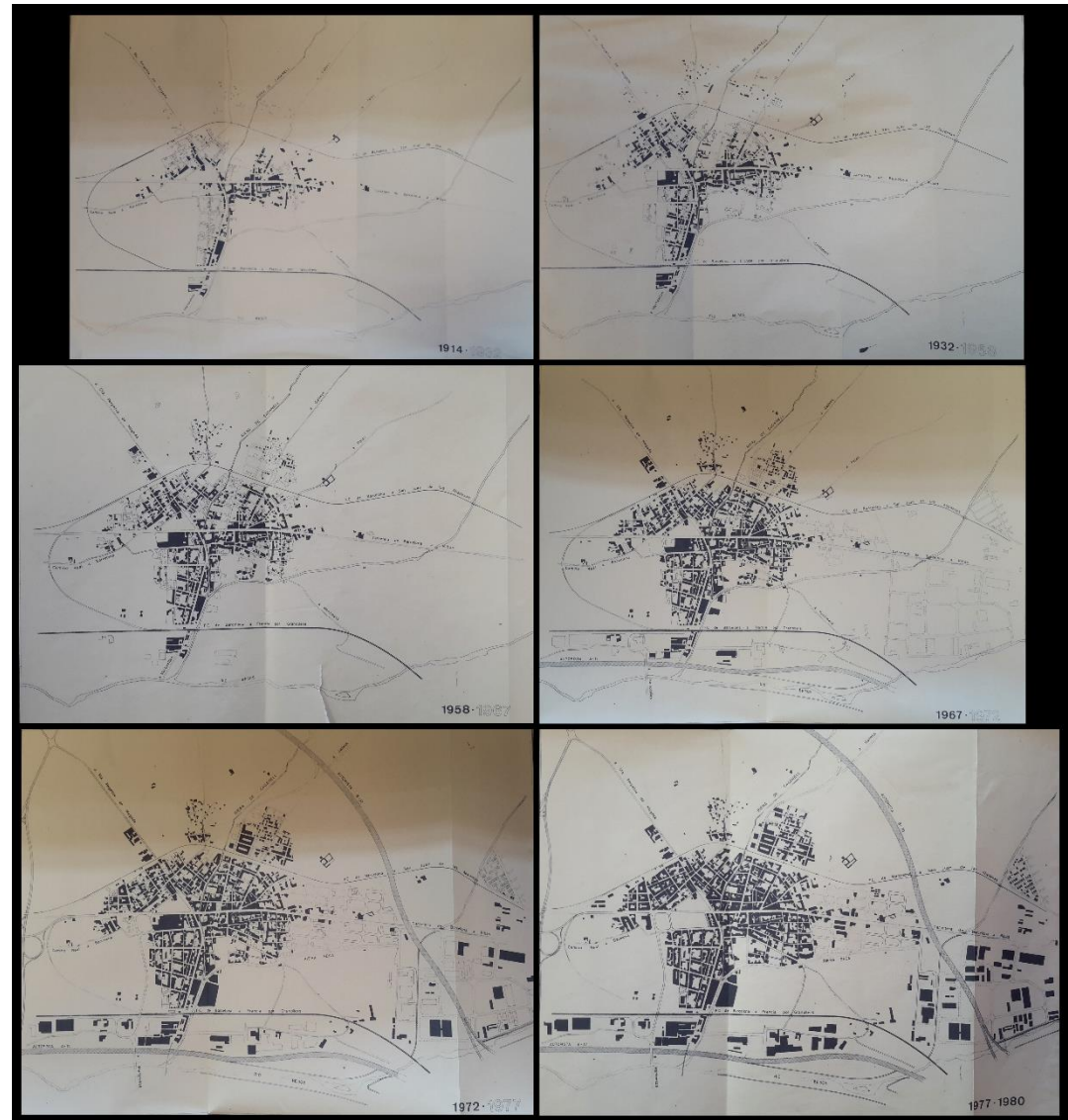
Fuente: Elaboración propia, 2016.



Mollet del Vallès, como toda ciudad, se ha construido a lo largo del tiempo. Su casco antiguo, prolongado a lo largo de caminos y torrentes, ha dado paso a la consolidación de tejidos de crecimiento suburbano, como los que se mantienen a lo largo, hasta hoy, del antiguo Camino Real de Barcelona (eje Llibertat- Barcelona-Gaietà Ventalló), el torrente Caganell (Rambla de Balmes-Fiveller-Nova) y el camino que conectaba Santa Perpètua de Mogoda con Martorelles (eje Berenguer III-Rafael Casanova). Estos caminos son, hasta el día de hoy, los principales ejes comerciales de la ciudad.

La figura 61 muestra los principales tejidos urbanos de Mollet y su ubicación relativa entre sí. La figura 62, en cambio, muestra la ubicación de los comercios sobre estos ejes. Es importante notar aquí que, donde hay mayor saturación de puntos, corresponde a tejidos más fragmentados, con poco frente, pero muy profundos. Estos son todos pequeños comercios, algunos son negocios locales y otros franquiciados, pero, en cualquier caso, corresponde a locales pequeños, que mantienen una configuración similar a la del predio. Llama la atención, en este punto, lo que sucede en el barrio de Can Borrell, al norte de la ciudad. Pese a que su tejido es el de un ensanche, con cada manzana diseñada y construida por un promotor diferente, muestra también una gran saturación de puntos, es decir, de locales, que en ciertos tramos más que en otros. Esos tramos tan saturados poseen, igual que en el tejido del centro, locales pequeños, de poco frente y muy profundos, emulando la forma de los predios más antiguos sobre este tejido más nuevo. Donde es menor la saturación de puntos, en cambio, se puede intuir que existen locales más amplios y, de cierta forma, modernos. Todos estos comercios corresponden a los que hemos clasificado como “de escala humana”, un comercio al detalle que ocupa las plantas bajas de los edificios existentes.

## 2.1 División parcelaria



**Fig. 60: Crecimiento urbano de Mollet del Vallès entre 1914 y 1980.**

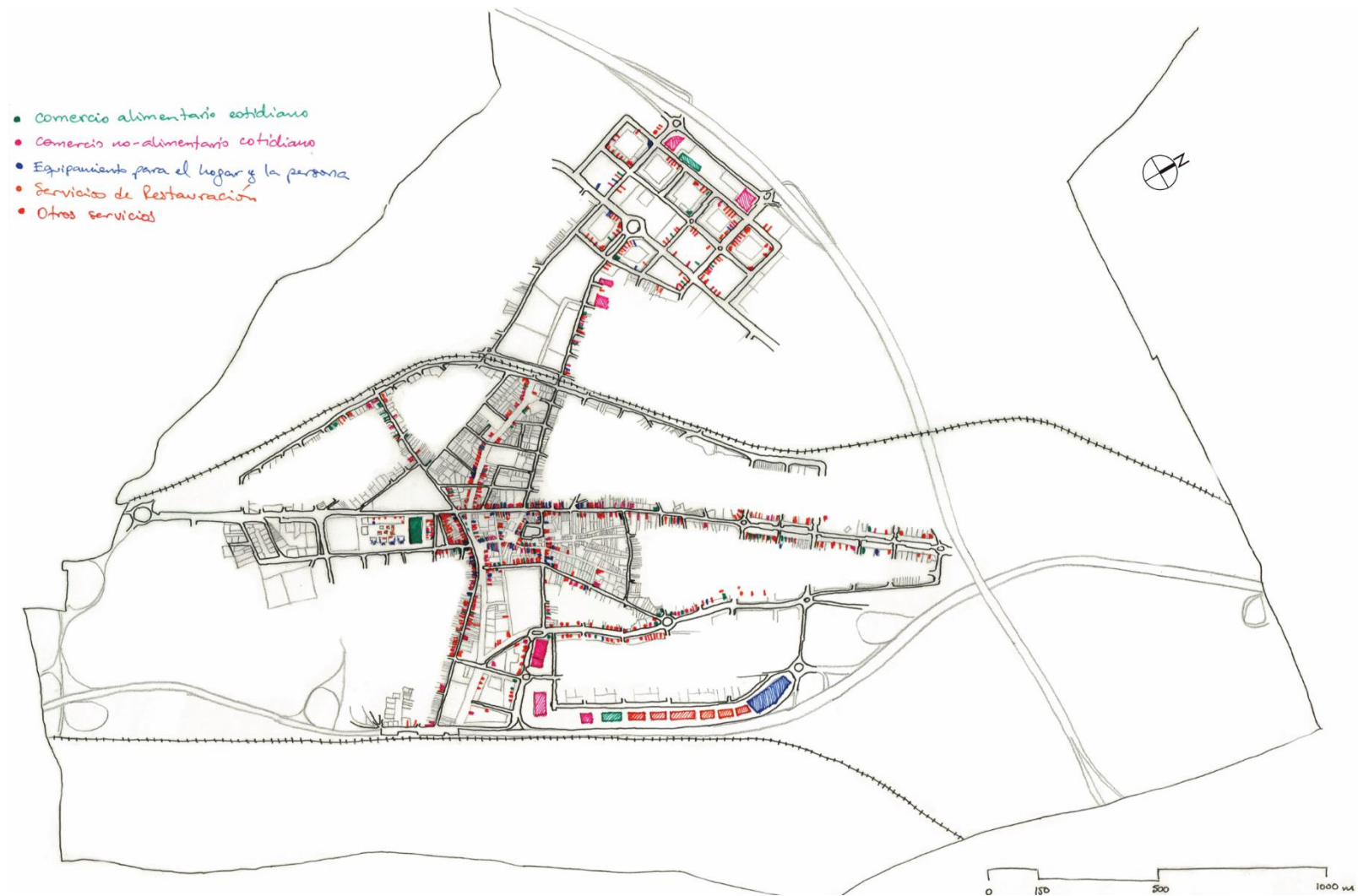
Fuente: Elaboración propia con imágenes del Plan General Municipal de Ordenación Urbana de 1982, 2016.





**Fig. 61: Tejidos urbanos en Mollet del Vallès.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.



**Fig. 62: División parcelaria y comercio.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.

De acuerdo, también, a lo que muestra la figura 62, es posible notar la ubicación del comercio “de gran escala” dentro del tejido urbano. A diferencia de la gran fragmentación del centro, en la periferia, tanto al norte como al sur de la ciudad, las grandes superficies comerciales ocupan un área grande y con una forma muy diferenciada a aquella que es más común, o tradicional, en la ciudad. Como se mencionó antes, estas formas comerciales sirven como la fachada de la ciudad a la carretera y se refleja precisamente en que resultan algo ajenas con respecto al conjunto urbano.

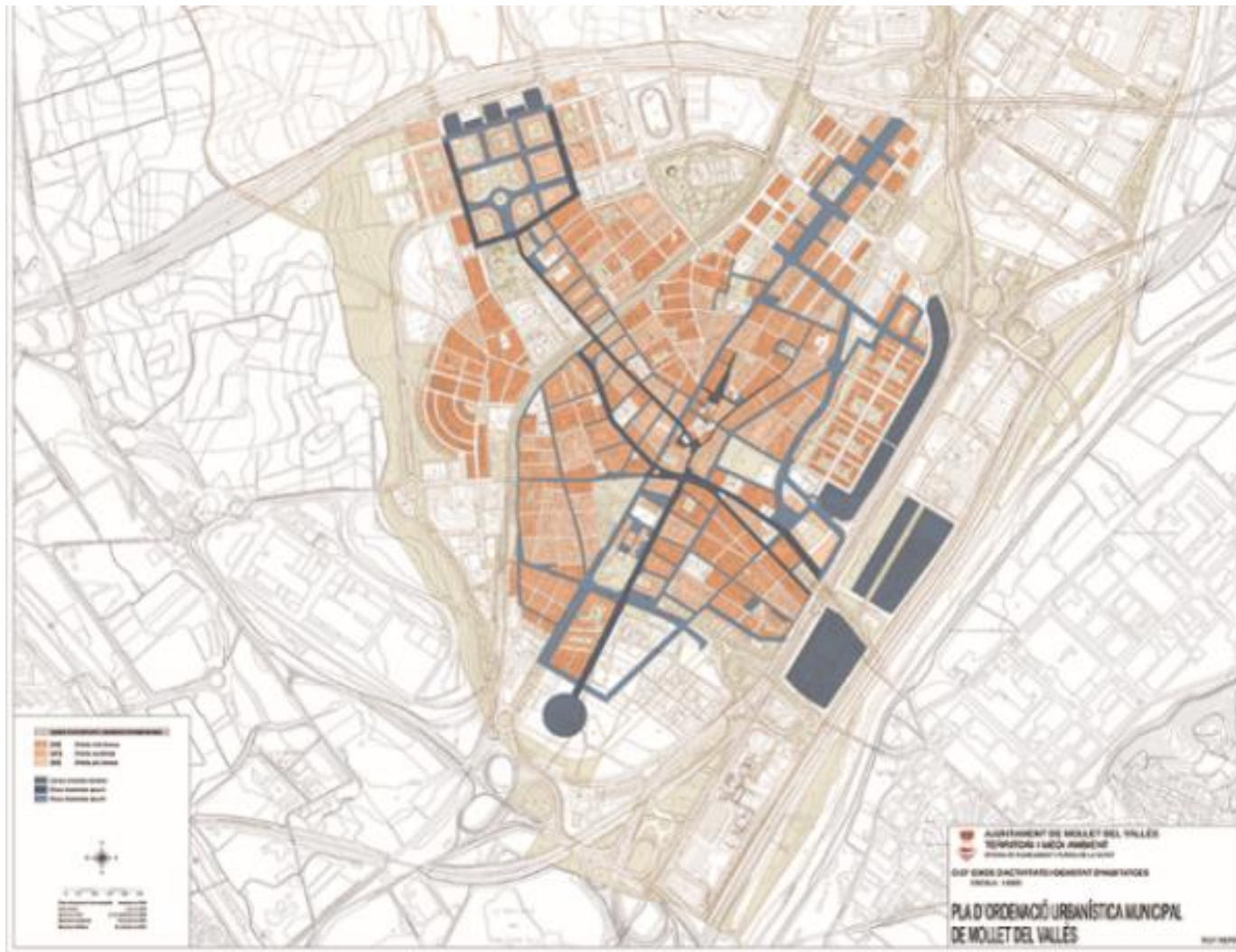
Las imágenes que forman parte del Anexo 1, componen un catálogo de la división parcelaria de los ejes que se van a estudiar en este capítulo y que aparecen resaltados en la figura 65. En ellos, es posible notar cómo es la división parcelaria de Mollet junto con la localización de los diferentes comercios de la ciudad. Es importante notar que, en múltiples ocasiones, hay más de un local por predio, pese a la estrechez del mismo, y, además, que normalmente, aparte de los locales, hay también accesos a las plantas altas que ocupan un porcentaje mínimo de fachada, lo que reduce aún más el frente de los locales. (Ver Anexo 1)



El análisis de la forma de las calles comerciales busca poner en relación varios aspectos formales del tratamiento urbano de las calles de Mollet. Para realizar el análisis fue necesario, en un principio, determinar los ejes comerciales de la ciudad, por un lado, mediante observaciones en campo, contrastadas con el material del censo proporcionado por el Ayuntamiento, para localizar calles con mayor número de locales abiertos y movimiento de usuarios. Por otro, revisamos la normativa municipal respecto a la clasificación de ejes comerciales. En este segundo caso, me basé en dos fuentes del Ayuntamiento, el plano de ejes comerciales y densidad de viviendas del Plan de Ordenación Urbanística Municipal de 2006 (Fig. 63) y el mapa disponible en la web de Mollet Negocis (Fig. 64), donde se muestran los ejes que se manejan para el otorgamiento de permisos de apertura. Al comparar ambos gráficos, es posible observar que el plan del 2006 preveía un mayor número de ejes de los que efectivamente funcionan en la ciudad. Sin embargo, las estimaciones no se cumplieron, tal vez por la crisis producto de la burbuja inmobiliaria.

El gráfico siguiente (Fig. 65), muestra los ejes seleccionados para el análisis. La clasificación de tipo A, en color rojo, y tipo B, en color naranja, coincide en los ejes de la web de Mollet Negocis y según la clasificación proporcionada por Alex Cerrillo, del departamento de Promoción Económica (Mollet Impulsa) del Ayuntamiento de Mollet. Los ejes tipo A se refieren a aquellos en los no se permite la apertura de nuevos locales dedicados a servicios (gestorías, despachos, notarías, etc.), excepto servicios de restauración, mientras que los ejes tipo B no tienen restricción en dicho sentido, según la misma fuente en el Ayuntamiento.

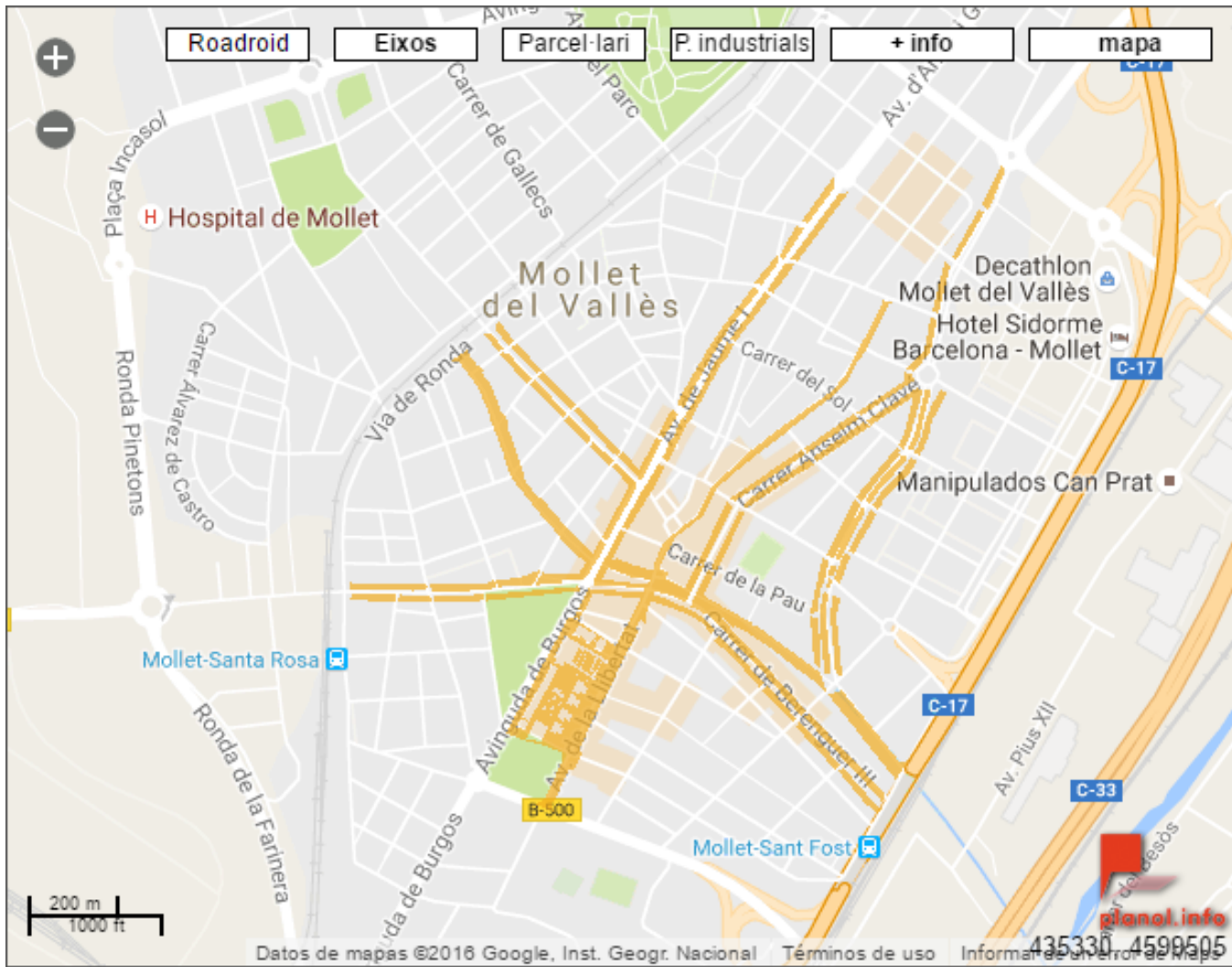
## 2.2 Forma de las calles comerciales



**Fig. 63: Anexo de Ejes comerciales del POUM.**

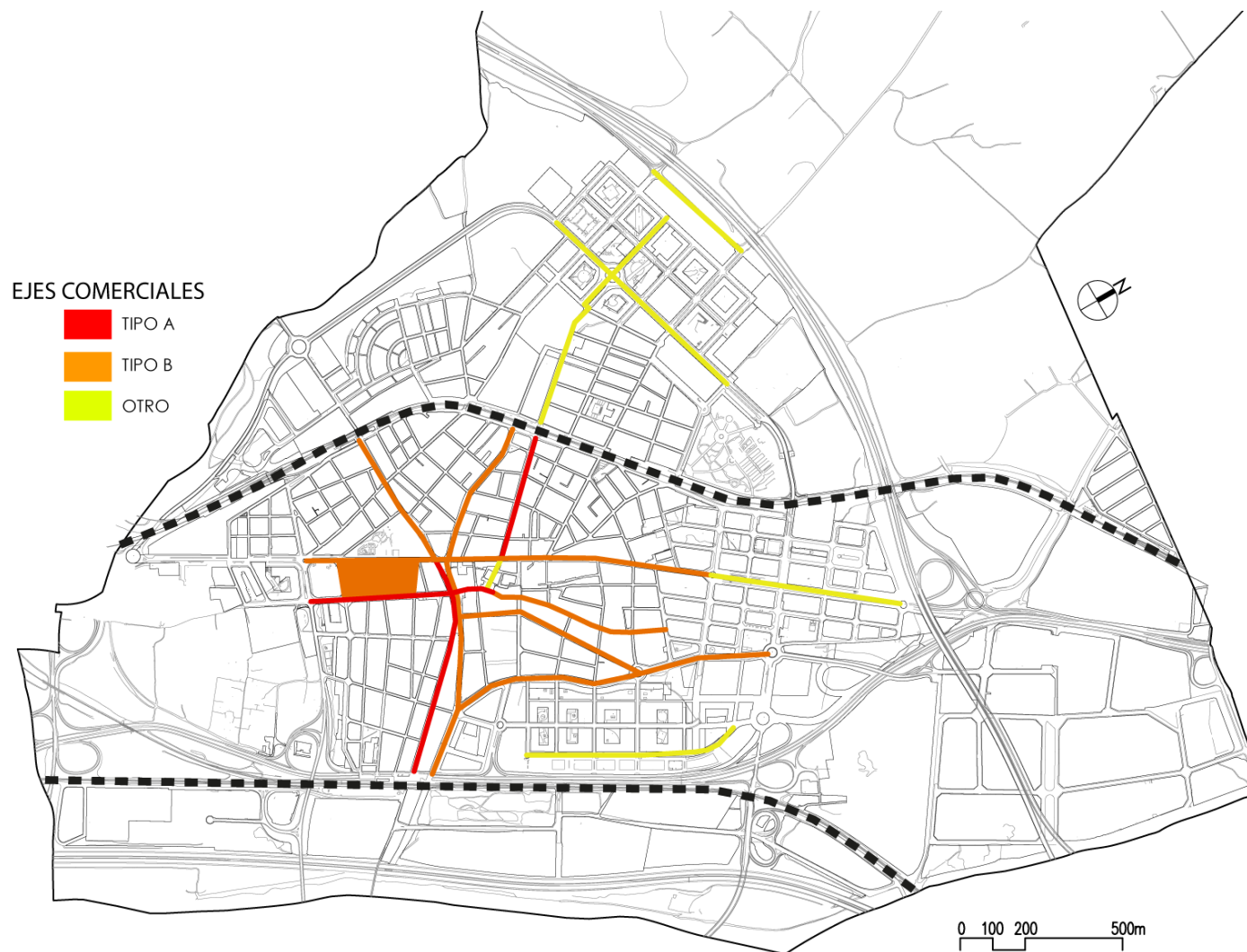
Fuente: Ayuntamiento de Mollet del Vallès, 2006.





**Fig. 64: Ejes comerciales según el planeamiento de Mollet.**

Fuente: <http://molletnegocis.cat>; Acceso: 2016-06-15 20:36.



**Fig. 65: Principales ejes comerciales de Mollet.**

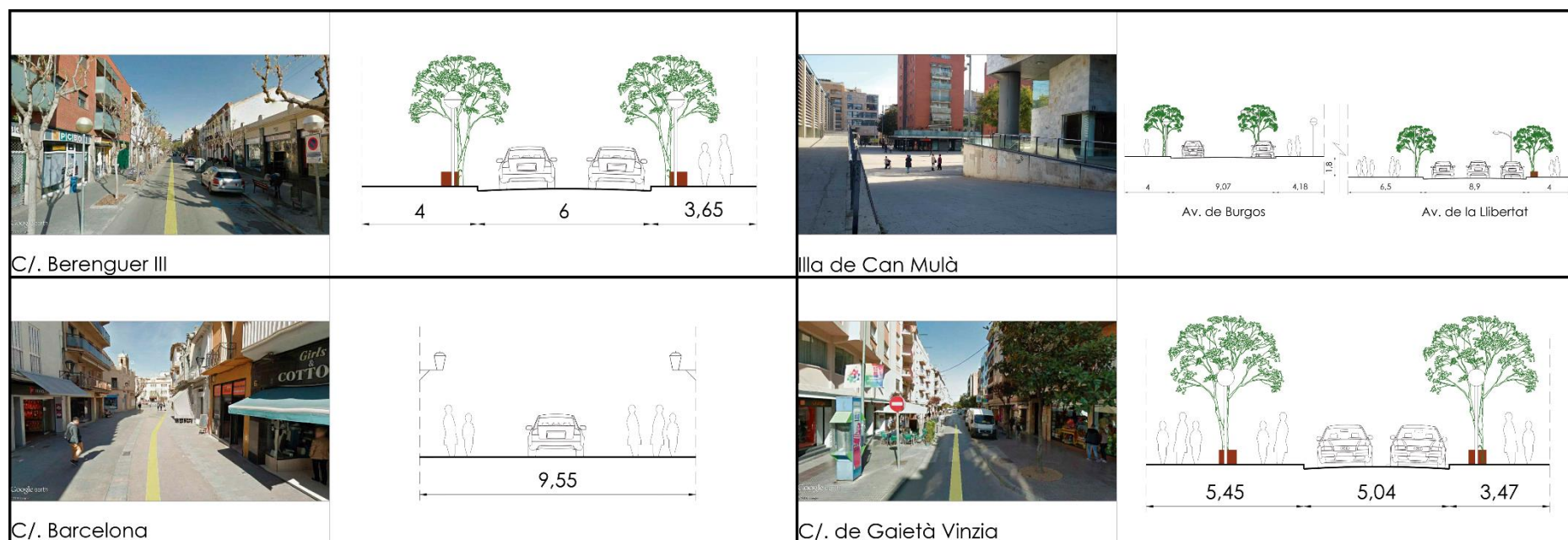
Fuente: Elaboración propia sobre un plano de la web del Ayuntamiento, 2016.



Los ejes tipo A corresponden a las siguientes vías: calle de Berenguer III, avenida de la Llibertat, calle de Barcelona y calle de Gaietà Vinzia. Los ejes tipo B son los siguientes: avenida de Rafael Casanova, calle de Gaietà Ventalló, avenida de Burgos<sup>5</sup>, avenida de Jaume I, calle d'Anselm Clavé, Rambla de Pompeu Fabra, Rambla de Balmes, Rambla de Fiveller, Rambla Nova.

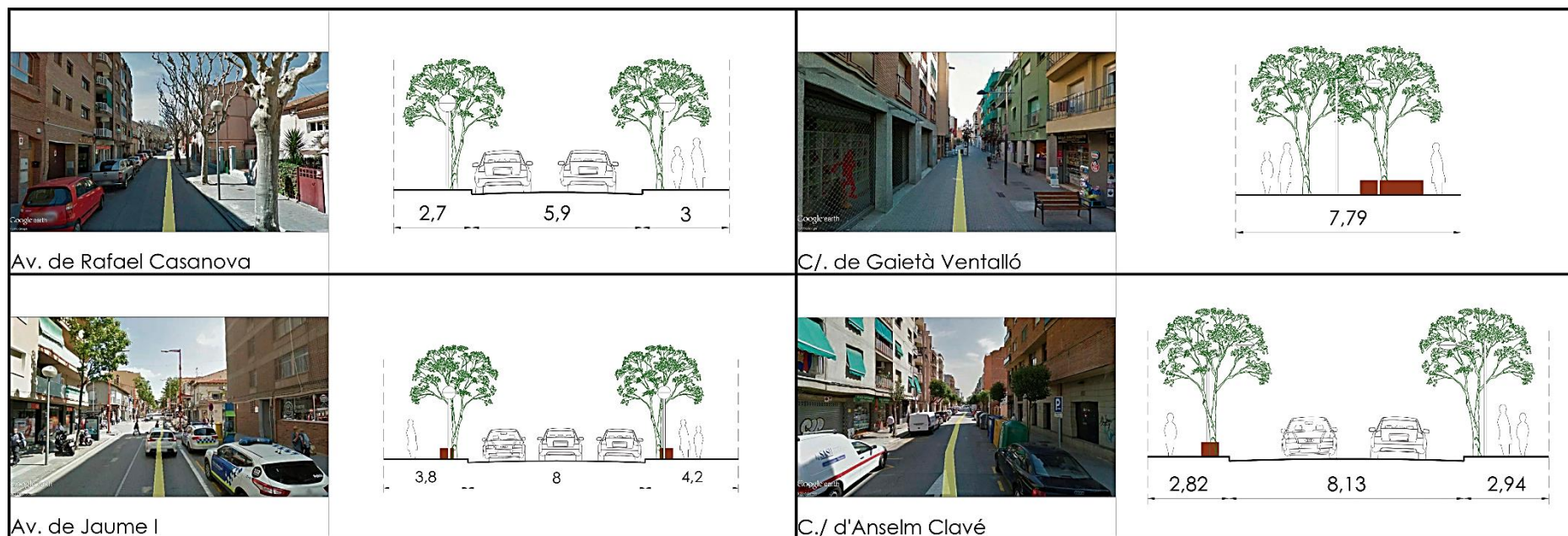
En color amarillo están marcadas otras vías que no constan como ejes comerciales en la normativa, pero que sí lo eran en el POUM del 2006, y que encuentro relevantes. Estos ejes sirven a un sector más específico de la ciudad; por ejemplo, la avenida Rívoli mantiene una importante relación comercial con el barrio de Can Borrell, la avenida de Caldes de Montbui con el barrio de La Plana Lledó y la avenida d'Antoni Gaudí, con el barrio de Can Pantiquet. La calle de Sant Vicenç y la Plaça de Prat de la Riba, en cambio, conforman el centro de la ciudad, lleno de actividad de paso y de estancia, lo cual les otorga relevancia en el análisis. Por otra parte, la avenida dels Rabassaires y la calle de Nicaragua poseen un carácter comercial distinto al de otras vías de la ciudad; en ellas se coloca un comercio de gran escala en relación directa con las autovías C-17 y A-7, que conectan Mollet con las ciudades cercanas y Barcelona. Es, por tanto, un comercio relacionado con la carretera. (Ver Anexo 2)

<sup>5</sup> Las avenidas de la Llibertat y de Burgos, constan en el análisis a continuación como parte de la unidad de la Illa de Can Mulà.



**Fig. 66: Catálogo de ejes comerciales tipo A.**

Fuente: Elaboración propia con imágenes de Google Street View, 2016.



**Fig. 67: Catálogo de ejes comerciales tipo B, parte 1.**

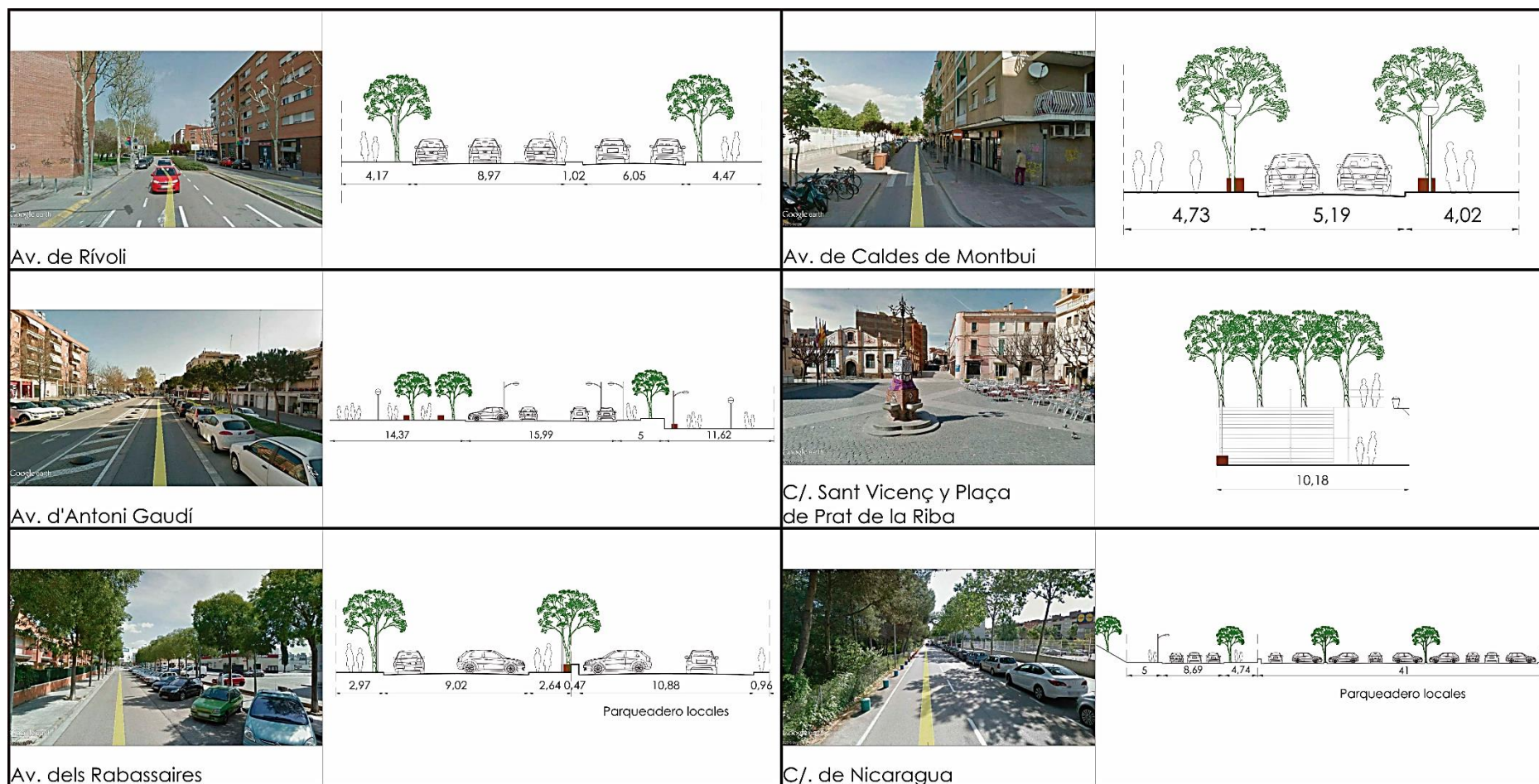
Fuente: Elaboración propia con imágenes de Google Street View, 2016.



**Fig. 68: Catálogo de ejes comerciales tipo B, parte 2.**

Fuente: Elaboración propia con imágenes de Google Street View, 2016.





**Fig. 69: Catálogo de ejes comerciales tipo Otros.**

Fuente: Elaboración propia con imágenes de Google Street View, 2016.

Como puede verse en las figuras anteriores (fig. 66 a 69), las calles comerciales de Mollet tienen una gran variedad de formas: distintos anchos de vía y de acera, arborización, equipamientos y luminarias. Sin embargo, es posible notar algunos aspectos en común entre algunas de los ejes. Por ejemplo, los ejes tipo A, como las calles Berenguer III, Gaietà Vinzia y la Av. de la Llibertat, tienen una proporción similar entre aceras (espacio peatonal) y calzadas (espacio vehicular). De hecho, en porcentaje, las aceras ocupan más espacio de vía que la calzada, siendo el caso de la calle Barcelona el más especial en este grupo, ya que es totalmente peatonal. Como otros elementos comunes en estas vías se puede mencionar que todas poseen una iluminación de postes bajos, a escala del peatón, son muy arborizadas (a excepción únicamente de la calle Barcelona, aunque conecta dos espacios arborizados: Plaça de Catalunya y Plaça de Prat de la Ribà), y poseen mobiliario urbano, como bancos y basureros.

En cuanto los ejes tipo B, entre los que están las calles Gaietà Ventalló y Anselm Clavé, las avenidas Burgos, Rafael Casanova y Jaume I, y las Ramblas Pompeu Fabra, Balmes, Fiveller y Nova, siguen siendo similares las proporciones entre aceras y calzadas, pero prevalecen estas últimas. En la Rambla de Pompeu Fabra el espacio peatonal es mayor al vehicular; mientras que, en las Ramblas de Balmes, Fiveller y Nova, así como en la calle Gaietà Ventalló, el espacio es totalmente peatonal. En cuanto a arborización, todas poseen abundantes árboles, que proporcionan sombra en los meses de primavera y verano. Además, todas cuentan con una iluminación de postes bajos, acorde a la escala de los viandantes. El mobiliario urbano también está presente en estas vías, salvo en la avenida Rafael Casanova que hay basureros, pero no bancos. Esto puede deberse a que, pese a que las aceras y la calzada tienen proporciones similares, el ancho total de la vía hace que, sobre todo las aceras, sean muy estrechas.



TIPO DE EJE	NOMBRE	ANCHO TOTAL DE VÍA	ANCHO DE ACERA	PROPORCIÓN ACERAS
A	Berenguer III	13,65	7,64	56%
A	Llibertat	19,4	10,5	54%
A	Barcelona	9,55	9,55	100%
A	Gaietà Vinzia	13,96	8,92	64%
B	Burgos	17,25	8,18	47%
B	Rafael Casanova	11,6	5,7	49%
B	Gaietà Ventalló	7,79	7,79	100%
B	Jaume I	16	8	50%
B	Anselm Clavé	13,89	5,76	41%
B	Pompeu Fabra	23,48	12,44	53%
B	Balmes	17,36	17,36	100%
B	Fiveller	27,45	27,45	100%
B	Nova	18,07	18,07	100%
OTRO	Rívoli	24,68	9,66	39%
OTRO	Caldes de Montbui	13,94	8,75	63%
OTRO	Antoni Gaudí	46,98	30,99	66%
OTRO	Sant Vicenç	10,18	10,18	100%
OTRO	Rabassaires	14,63	5,61	38%
OTRO	Nicaragua	18,43	9,74	53%

**Fig. 70: Proporción de aceras con respecto al ancho total de la vía en los ejes comerciales de Mollet del Vallès.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.

En cuanto a los ejes que he clasificado como “otros”, las avenidas Rívoli, Caldes de Montbui, Antoni Gaudí y Rabassaires, y las calles Sant Vicenç y Nicaragua, la variación diferencial proporcional entre el ancho de las aceras y de las vías es más significativa. La Av. dels Rabassaires, que conduce hacia la zona de comercio de gran escala sur (hacia la autovía C-17), posee aceras muy estrechas, pese a que el barrio donde se localiza, de la Riera Seca, es completamente residencial. De igual manera sucede en la Av. de Rívoli, en el barrio de Can Borrell. En las demás vías, la proporción de aceras supera a la de calzada, siendo interesante el caso de las avenidas Caldes de Montbui y Antoni Gaudí que, salvo por calles completamente peatonales, son las que más espacio dedican a los viandantes. Además, tienen mucha vida comercial pese a que el comercio se ubica, en ambos casos, casi exclusivamente en una acera (la sur en la Av. de Gaudí y la oriental en el caso de la Av. de Caldes). La calle de Sant Vicenç, totalmente peatonal y que conduce hacia la Plaça de Prat de la Riba, por su parte, es una de las más cortas de la ciudad, rematando en unas gradas que la conectan con la Av. de Jaume I, es llamativo lo altamente transitada que es. Todas cuentan con mobiliario urbano, salvo la Av. de Rívoli y la calle Nicaragua que no tiene bancos. Todas están arborizadas. Sin embargo, en cuanto a iluminación, prevalecen los postes altos vehiculares, más distanciados entre sí, excepto en la Caldes y en la Sant Vicenç.

En este último grupo, el de calles que no están reconocidas oficialmente como ejes comerciales, es donde se puede entender la importancia de la forma de la calle. Si comparamos estos resultados con las imágenes del apartado 2.1, donde se pueden ver los locales abiertos y cerrados, podemos darnos cuenta que la Av. de Rívoli no tiene mucha intensidad comercial, como tampoco la Av. dels Rabassaires y la c./ de Nicaragua, ya que los comercios que hay son pocos pese a la gran superficie que consumen. Además, hay un “divorcio” entre las aceras y las fachadas.

No cabe duda que vivimos en una sociedad donde las imágenes tienen un papel protagónico en nuestro día a día. Muchos pensadores han teorizado sobre el papel tanto del espectáculo (Debord & Pardo, 1999), como del cine (Benjamin, Schweppenhäuser, Tiedemann, & Brotons Muñoz, 2006) y la televisión (Sartori, 1998). Cada vez nos acostumbramos más a ser impactados; *“Bajo todas sus formas particulares, información, o propaganda, publicidad o consumo directo de entretenimientos, el espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante”* (Debord & Pardo, 1999). En la actividad comercial, puede decirse que el espectáculo está también presente. Reinterpretando las palabras de Debord y aplicándolas al tema del presente estudio, es posible deducir que las vitrinas de los diferentes locales tratan de ser cada vez más llamativas e interesantes, mostrándonos una especie de “espejismo” de una realidad que podríamos vivir. Manteniéndonos alejados de la connotación negativa que imprime Debord en su ensayo, no cabe duda que este “reflejo de la realidad” en los escaparates y el deseo que imprime en las personas que lo ven, conforman el gran motor de la economía. Esto toma especial relevancia para el impulso del comercio de proximidad, que depende del consumo local y de lograr imponerse, en la competencia, a la oferta de las grandes marcas. Así, sean comercios pequeños o grandes empresas, el diseño de vitrinas es su principal herramienta de trabajo.

Así como las vitrinas son importantes para atraer a potenciales compradores, una fachada permeable es importante a nivel urbano para construir ciudad. Mientras más posibilidades de contacto existan entre el interior de los edificios y el exterior, la calle, más agradable es el tránsito de las personas por ese espacio público (Solà-Morales, 2009). Una calle en la que no hay nada que ver, que no se puede atravesar físicamente o, por lo menos, con la vista, es una calle con poco o nulo interés, no invita al paseo, y puede antojarse, incluso, insegura (Jacobs et al., 2011).

## 2.3 Permeabilidad y transparencia de fachadas



**Fig. 71: Fachadas de los bares ubicados en la Plaça de Prat de la Riba.**  
Fuente: Elaboración propia, 2016.



**Fig. 72: Vitrinas de la c./ de Berenguer III.**  
Fuente: Google Street View, 2016.

El contacto entre el interior de un establecimiento y la calle puede variar. Los servicios de restauración, por ejemplo, tienden a usar vidrios oscuros que dificultan un poco la visibilidad hacia el interior, pero aprovechan el espacio de las plazas y aceras para colocar mesas (fig. 71), logrando un contacto diferente con el exterior. Hay, por otra parte, establecimientos que tienen un mayor contacto visual con la calle gracias al uso de ventanales o con el manejo de pórticos comerciales que expanden la vitrina y permiten que la calle “ingrese” a un espacio de transición entre lo público y privado como puede apreciarse en la figura 72, tal como lo hacía Victor Gruen en el diseño de sus primeras tiendas (Wall, 2005).

El contacto visual con el interior de los locales sujeto a interpretaciones personales y a cuestiones que nada tienen que ver con el tipo de comercio o servicio que ofrece el establecimiento, sino a regulaciones de conservación patrimonial que impidan la transformación de una fachada con pocos vacíos a un gran ventanal. Por esto, he decidido medir la permeabilidad de las calles comerciales de Mollet poniendo en relación la cantidad de locales que existen en planta baja con la longitud del eje de la vía, de manera que se obtiene un índice de número de locales, o número de veces que la fachada se abre al espacio público, por cada 100 metros de calle (fig. 73). Este índice me permite asignar un código de colores para visualizar el grado de permeabilidad de cada eje comercial. A mayor número de locales en funcionamiento, mayor será la permeabilidad de la calle. Las calles más permeables, están marcadas en color verde oscuro, las menos permeables, en rojo, como se muestra en la figura 74.

TIPO DE EJE	NOMBRE	LOCALES ABIERTOS	LONGITUD EJE (m)	PERMEABILIDAD MEDIA (núm. locales cada 100 metros)
A	Berenguer III	78	686,92	11,4
A	Llibertat	57	633,36	9,0
A	Barcelona	13	93,24	13,9
A	Gaietà Vinzia	72	392,37	18,4
B	Burgos	49	906,34	5,4
B	Rafael Casanova	24	436,98	5,5
B	Gaietà Ventalló	42	557,18	7,5
B	Jaume I	92	857,4	10,7
B	Anselm Clavé	47	585,85	8,0
B	Pompeu Fabra	77	1460,82	5,3
B	Balmes	28	569,68	4,9
B	Fiveller	8	106,56	7,5
B	Nova	58	461,85	12,6
OTRO	Rívoli	35	1192,23	2,9
OTRO	Caldes de Montbui	49	826,84	5,9
OTRO	Antoni Gaudí	50	579,33	8,6
OTRO	Sant Vicenç + Pl. Prat de la Riba	19	142,54	13,3
OTRO	Rabassaires	14	673,47	2,1
OTRO	Nicaragua	3	355,14	0,8

**Fig. 73: Cálculo del índice de permeabilidad media (número de locales abiertos cada 100 metros) de las calles comerciales de Mollet.**

Fuente: Elaboración propia con datos del censo de locales de Mollet Impulsa, 2016.



**Fig. 74: Permeabilidad media de los ejes comerciales de Mollet del Vallès.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.



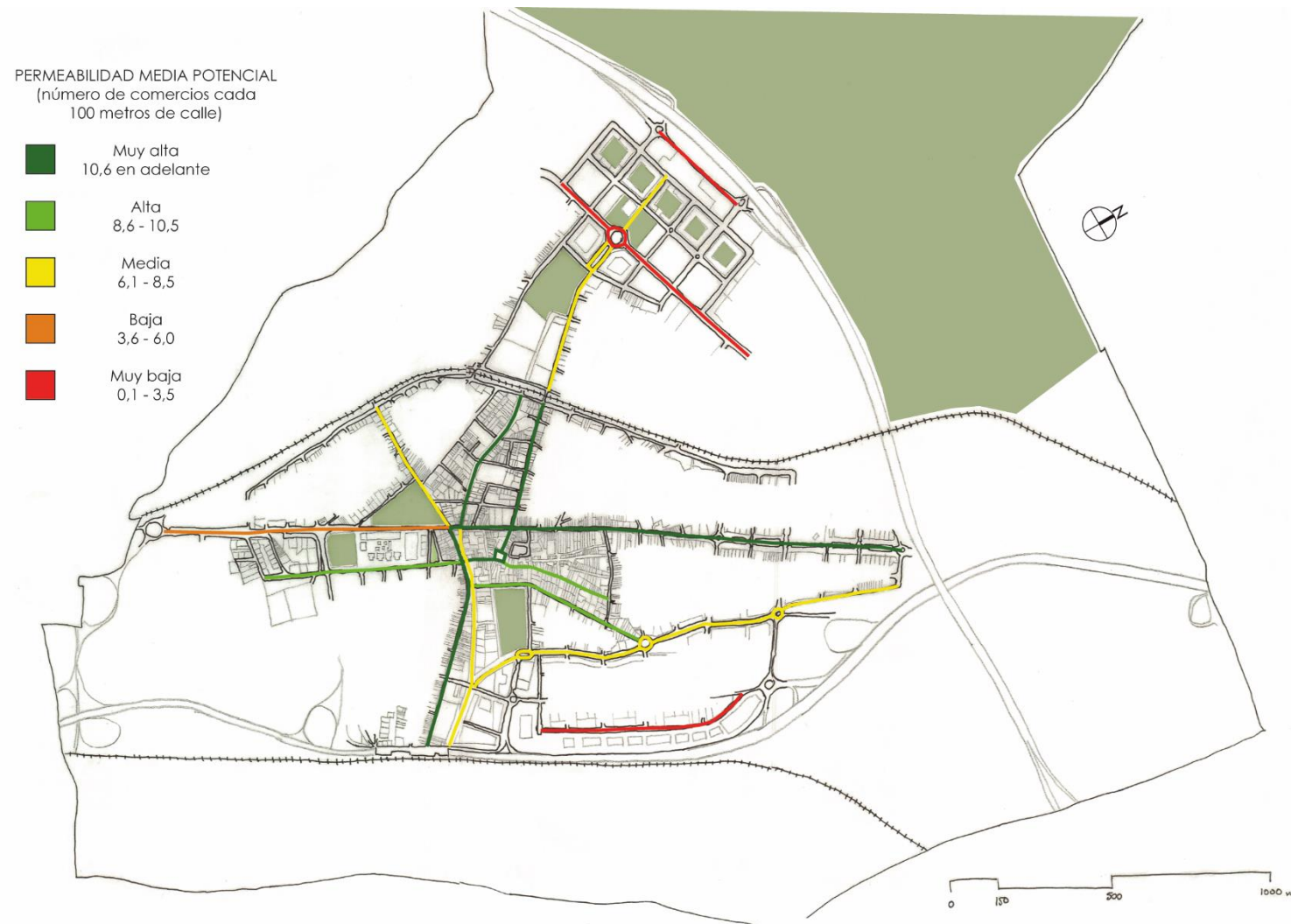
De la figura anterior es posible observar que los ejes comerciales con clasificación tipo A (Llibertat, Barcelona, Gaietà Vinzia y Berenguer III) mantienen una permeabilidad alta y muy alta. Por su parte, los ejes tipo B tienen un nivel medio o bajo, salvo por la avenida de Jaume I y la Rambla Nova. Por último, los ejes que he clasificado como "otros" muestran una tendencia que parece relacionarse con su posición relativa dentro del tejido urbano. Las avenidas de Rívoli y dels Rabassaires, así como la calle de Nicaragua, más periféricas y relacionadas con los accesos a la ciudad desde las autovías, tienen una permeabilidad muy baja. En el caso de la Av. dels Rabassaires y de la calle de Nicaragua, la actividad terciaria que poseen es la que clasifiqué como "de gran escala" y puede ser que esa sea la relación, ya que hay grandes superficies comerciales pero muy pocas a lo largo de ambas calles. Por otra parte, la Plaça de Prat de la Riba y la calle de Sant Vicenç tienen una permeabilidad muy alta, la Av. de Antoni Gaudí, alta, y la Av. de Caldes de Montbui, media.

Por último, y con la finalidad de visualizar cómo podría variar la permeabilidad de las calles de Mollet si todos los locales disponibles (vacíos) estuviesen en funcionamiento, he repetido el cálculo anterior del índice de permeabilidad usando el dato del total de locales de la calle, es decir, el número de locales en funcionamiento más el número de locales vacíos (fig. 75). Cada local disponible es un potencial nuevo vacío a la calle, por lo que, al hacer este ejercicio, es posible observar cómo la permeabilidad de algunos ejes incrementa (fig. 76): las avenidas de Rafael Casanova y de Caldes de Montbui pasarían de una permeabilidad baja a una media; las calles de Gaietà Ventalló y de Anselm Clavé, de media a alta; y la Av. de Antoni Gaudí, de alta a muy alta. Las avenidas de Rívoli y dels Rabassaires y la calle de Nicaragua no sufrirían cambios en su nivel de permeabilidad ya que, de todas maneras, poseen pocos locales.

TIPO DE EJE	NOMBRE	NÚMERO TOTAL DE LOCALES	LONGITUD EJE (m)	PERMEABILIDAD MEDIA (núm. locales cada 100 metros)
A	Berenguer III	93	686,92	13,5
A	Llibertat	65	633,36	10,3
A	Barcelona	13	93,24	13,9
A	Gaietà Vinzia	74	392,37	18,9
B	Burgos	52	906,34	5,7
B	Rafael Casanova	36	436,98	8,2
B	Gaietà Ventalló	56	557,18	10,1
B	Jaume I	121	857,4	14,1
B	Anselm Clavé	61	585,85	10,4
B	Pompeu Fabra	90	1460,82	6,2
B	Balmes	39	569,68	6,8
B	Fiveller	9	106,56	8,4
B	Nova	68	461,85	14,7
OTRO	Rívoli	38	1192,23	3,2
OTRO	Caldes de Montbui	57	826,84	6,9
OTRO	Antoni Gaudí	71	579,33	12,3
OTRO	Sant Vicenç + Pl. Prat de la Riba	21	142,54	14,7
OTRO	Rabassaires	14	673,47	2,1
OTRO	Nicaragua	3	355,14	0,8

**Fig. 75: Índice de permeabilidad media potencial (número total de locales por cada 100 metros) de los ejes de Mollet.**

Fuente: Elaboración propia con datos del censo de locales de Mollet Impulsa, 2016.



**Fig. 76: Permeabilidad media potencial de los ejes comerciales de Mollet del Vallès.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.

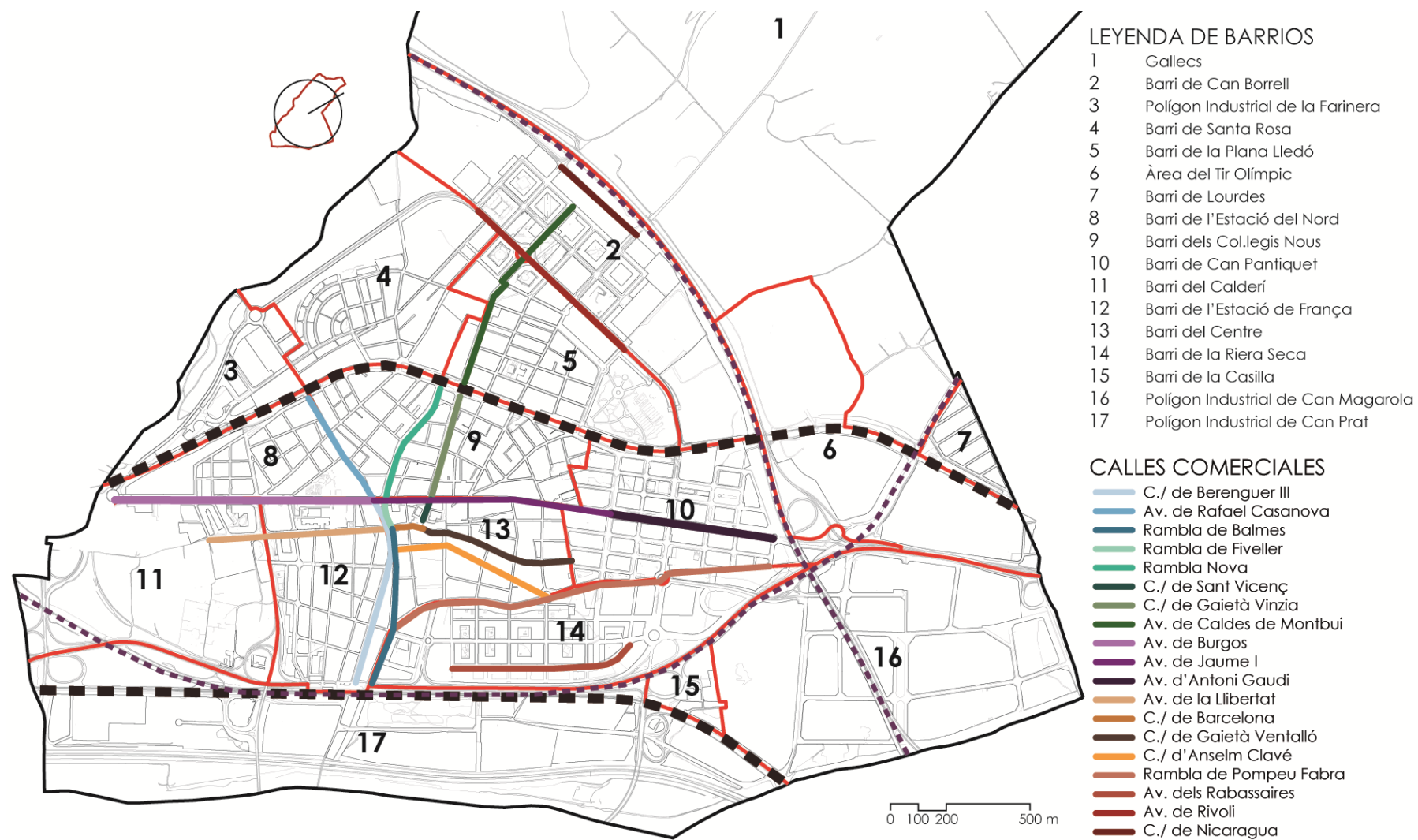


Mollet es una ciudad compacta. En sus barrios centrales se concentra la más alta densidad poblacional del municipio (fig. 16 pág. 44), misma que disminuye hacia la periferia. Entre los barrios del Centre, Col·legis Nous, Estació de França, Estació del Nord y de la Plana Lledó, concentran el 61,22% de la población total de la ciudad, más de 31.500 habitantes (Ajuntament de Mollet del Vallès, 2016b). Estos cinco barrios concentran, también, 16 de los 19 ejes comerciales seleccionados en este estudio: los trece del planeamiento más tres adicionales que clasifiqué como “otros”; únicamente las avenidas de Antoni Gaudí y dels Rabassaires y la calle de Nicaragua, están fuera de este núcleo. Algunos de los ejes, incluso, son los límites entre dos barrios: la Rambla de Balma limita los barrios del Centre y la Estació de França; la Av. de Rafael Casanova limita los barrios del Col·legis Nous y la Estació del Nord; la Av. de Burgos limita los barrios de la Estació del Nord y la Estació de França; y la Av. de Jaume I limita los barrios del Centre y del Col·legis Nous (fig. 77).

Con el apoyo del índice de dotación comercial (IDC), que es una relación entre la cantidad de establecimientos comerciales en funcionamiento que existen por cada cien habitantes (fig. 78), he elaborado un plano en el que se muestran los barrios con mayor número de comercios por habitante en la ciudad (fig. 80). En él se puede apreciar que los barrios del Centre, Col·legis Nous y Estació de França poseen más de tres establecimientos en funcionamiento por persona, por encima de la media del municipio<sup>6</sup> (3,02). Es decir, tres de los cinco barrios más poblados y densos concentran, también la mayor dotación comercial. Si comparamos el número de establecimientos en funcionamiento con el área del barrio en el que están ubicados (fig. 79), obtenemos un factor que he denominado “concentración comercial”, para efectos de este trabajo. En su plano correspondiente (fig. 81), cabe destacar la coincidencia de concentración de establecimientos en los tres barrios centrales, todos por encima de la media del municipio (4,07).

## 2.4 Intensidad de uso comercial y densidad urbana

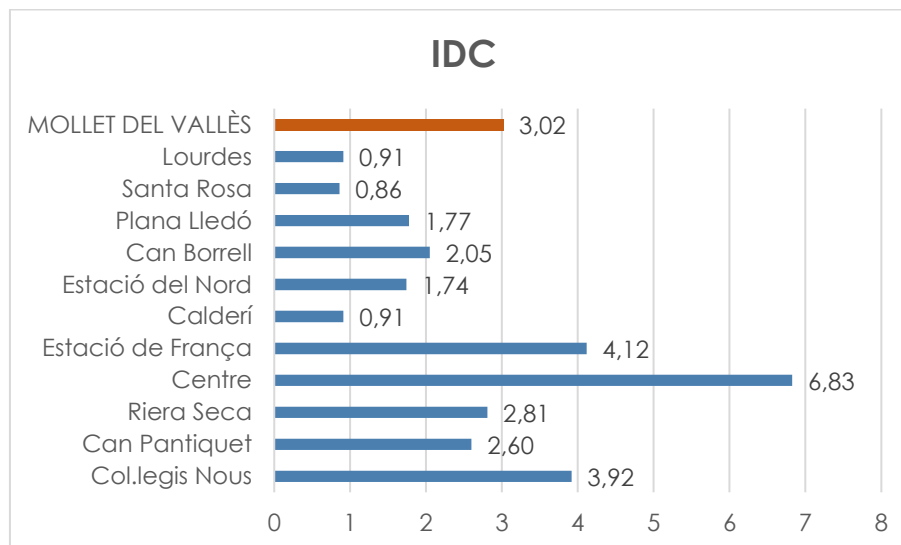
<sup>6</sup> El índice de dotación comercial (IDC) de Mollet del Vallés se sitúa justo por debajo del de Barcelona-ciudad (3,35) y del de Granollers (4,07), capital comarcal del Vallès Oriental; pero por encima del de Sant Joan Despí (2,60), Cornellà del Llobregat (2,46), de Esplugues del Llobregat (2,43) o de Montcada i Reixac (2,27) (EIXOS Economic observatory, 2015).



**Fig. 77: Localización de los ejes comerciales de Mollet por barrios.**

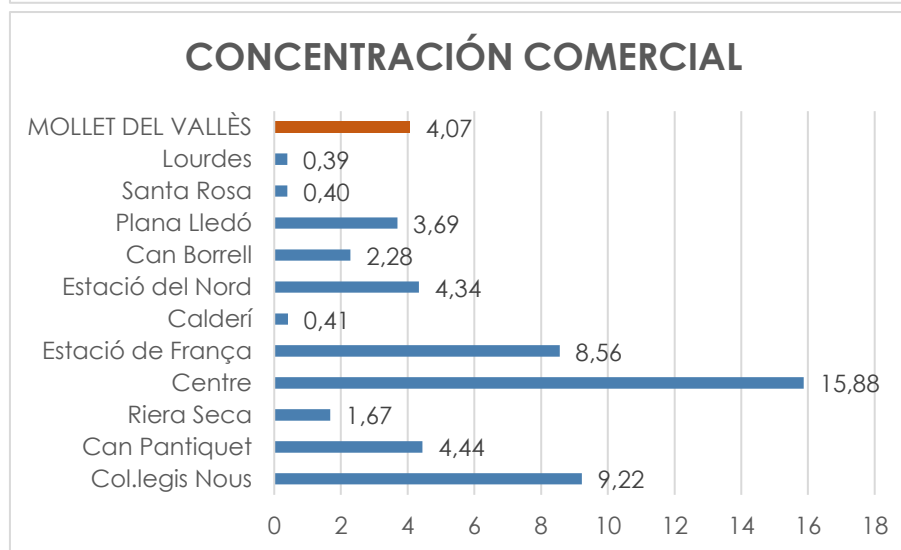
Fuente: Elaboración propia, 2016.





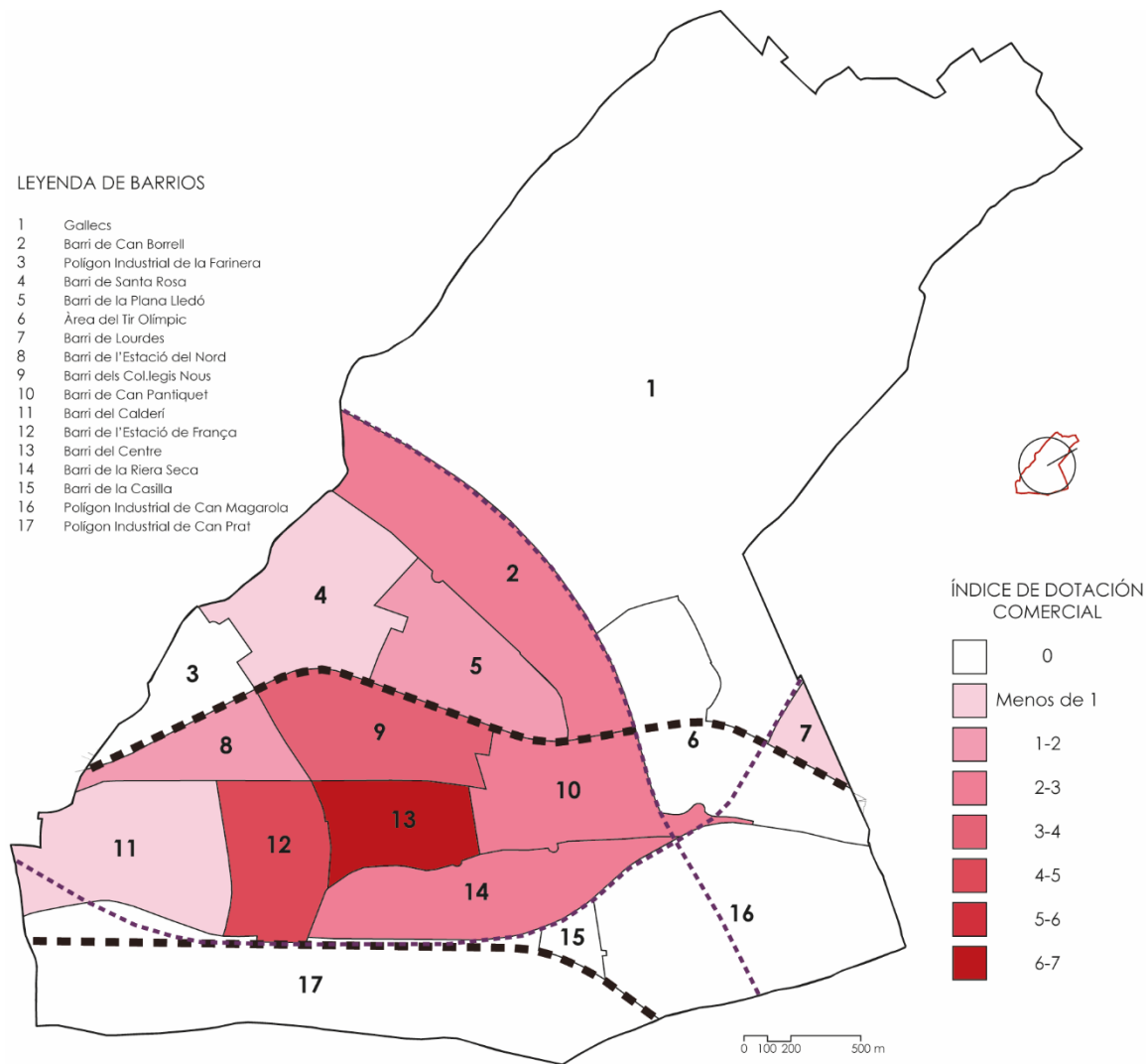
**Fig. 78: Índice de dotación comercial.**

Fuente: Elaboración propia con datos de población (2015) de la web del Ayuntamiento y con datos de comercios (2015) del estudio elaborado por EIXOS, 2016.

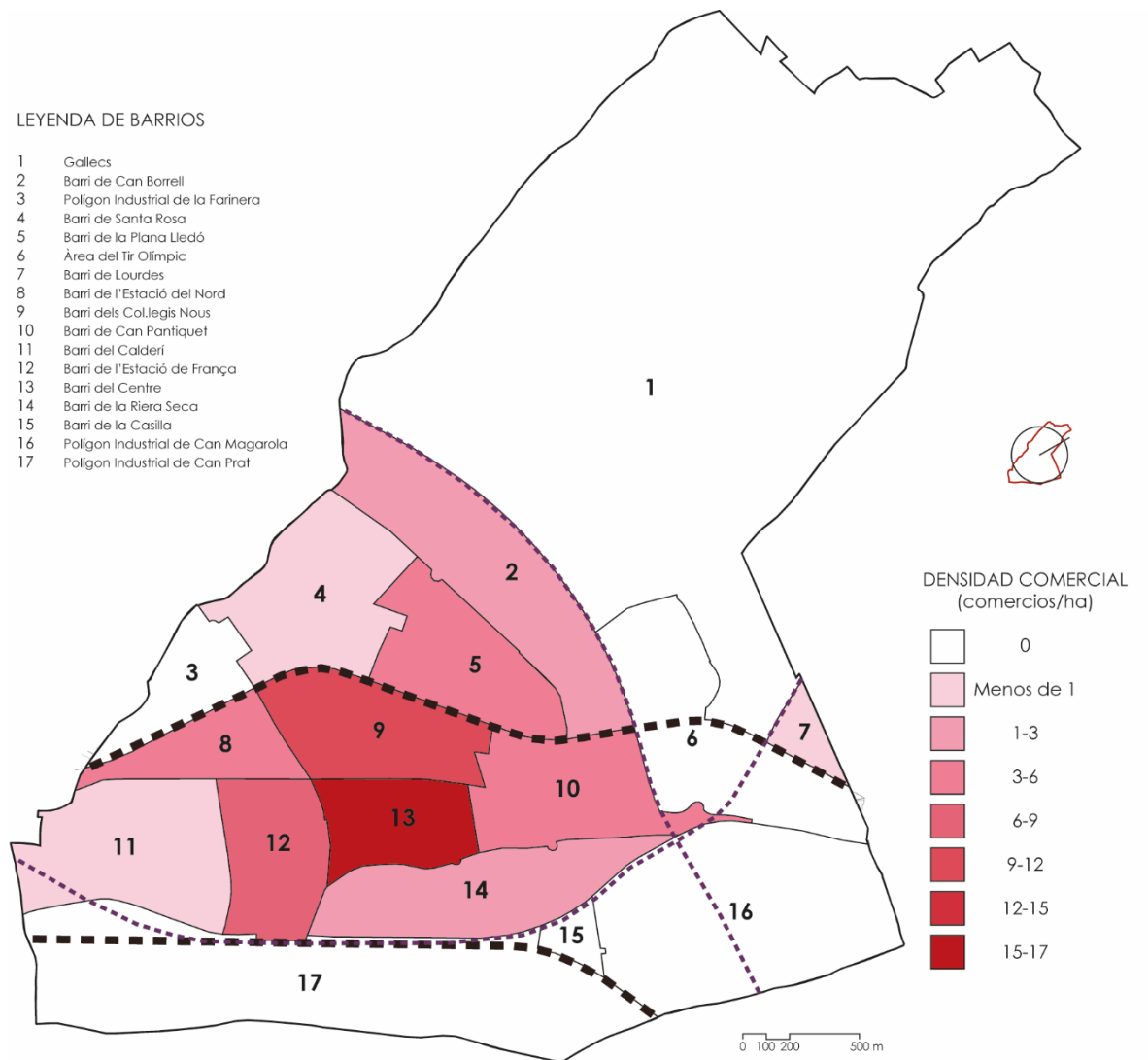


**Fig. 79: Concentración comercial.**

Fuente: Elaboración propia con datos de población (2015) de la web del Ayuntamiento y con datos de comercios (2015) del estudio elaborado por EIXOS, 2016.



**Fig. 80: Índice de dotación comercial (número de comercios por cada 100 hab.) por barrios.**  
Fuente: Elaboración propia con datos de población (2015) tomados de la web del Ayuntamiento y datos de locales del Estudi estratègic del comerç a Mollet del Vallès (2015) de EIXOS, 2016.



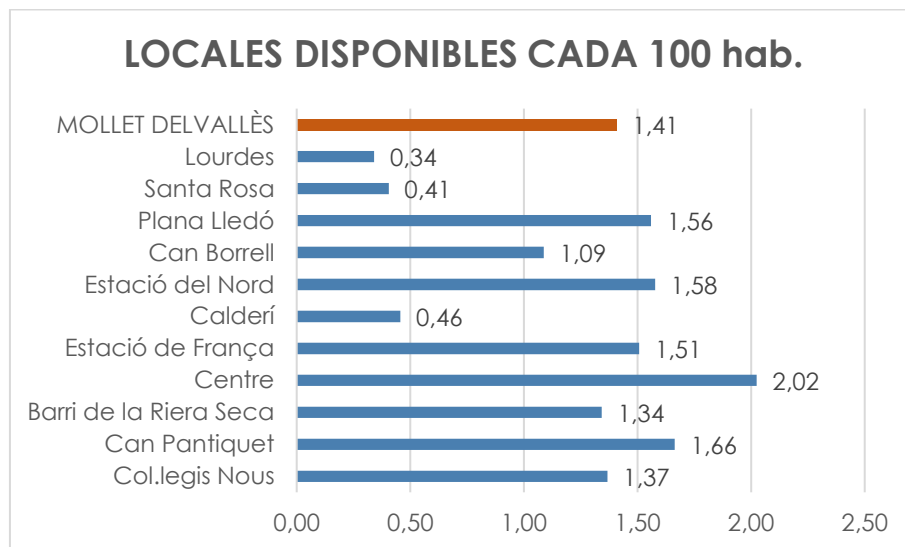
**Fig. 81: Concentració comercial (número de comerços per hectàrea) per barris.**

Fuente: Elaboració pròpia amb dades d'extensió territorial tomats de la web del Ajuntament i dades de locals del Estudi estratègic del comerç a Mollet del Vallès (2015) de EIXOS, 2016.

Como cuestión a destacar, en cuanto a la concentración comercial, es que los barrios de la Estació del Nord y Can Pantiquet superan la media de la ciudad, en cuanto a número de comercios por área del barrio. Sin embargo, son tan habitados que no alcanzan a superar la dotación media del municipio.

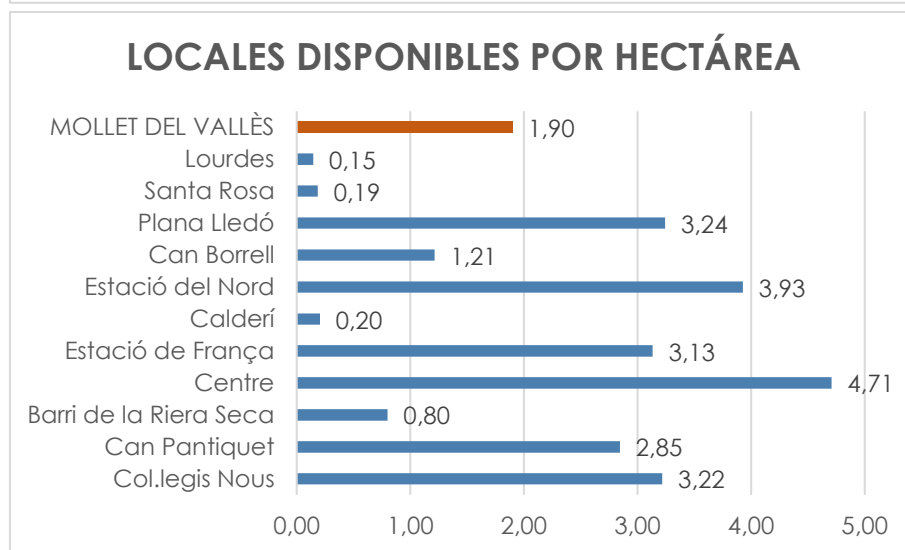
Repitiendo el ejercicio a la inversa, es decir, calculando la razón entre el número de locales cerrados por cada cien habitantes, es posible descubrir en qué barrios se concentran estos locales, que llamaremos “disponibles”. Esto, para determinar si existe alguna concordancia entre la cantidad de establecimientos en funcionamiento y de locales disponibles, por barrio, en la ciudad.

En las figuras 82 y 84, es posible observar cómo se repite la tendencia y los barrios centrales concentran, también, la mayor cantidad de locales disponibles, situándose los barrios del Centre, Estació de França, Estació del Nord y la Plana Lledó por encima de la media del municipio (1,41); siendo el barrio del Col·legis Nous el único de los barrios centrales y densamente poblados, que está por debajo de la media. Es destacable, por otra parte, que el barrio de Can Pantiquet tiene un índice de disponibilidad de locales por cada cien habitantes, superior a la media del municipio (1,66). Así mismo, en las figuras 83 y 85, es posible apreciar la concentración de locales disponibles por hectárea, con los cinco barrios centrales, Centre (4,71), Col·legis Nous (3,22), Estació de França (3,13), Estació del Nord (3,93) y la Plana Lledó (3,24), por encima de la media (1,90), además del barrio de Can Pantiquet (2,85). Esto parecería resultar de un exceso de oferta de locales comerciales en estas áreas que podría, a su vez, deberse a la baja de la demanda por los efectos de la recesión económica que aún no se supera completamente.



**Fig. 82: Índice de disponibilidad de locales por cada 100 habitantes.**

Fuente: Elaboración propia con datos de población (2015) de la web del Ayuntamiento y con datos de comercios (2015) del estudio elaborado por EIXOS, 2016.

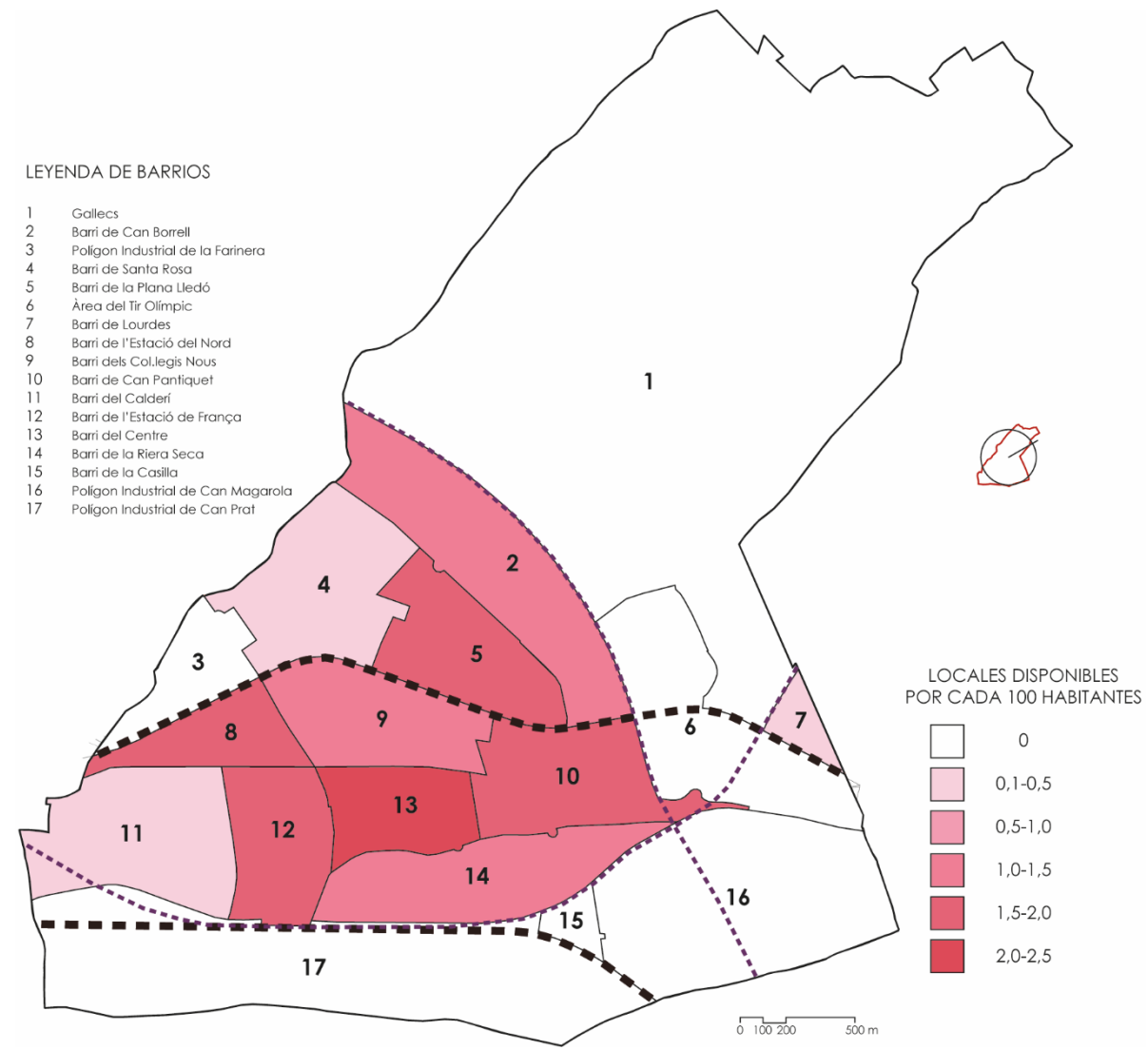


**Fig. 83: Concentración de locales disponibles.**

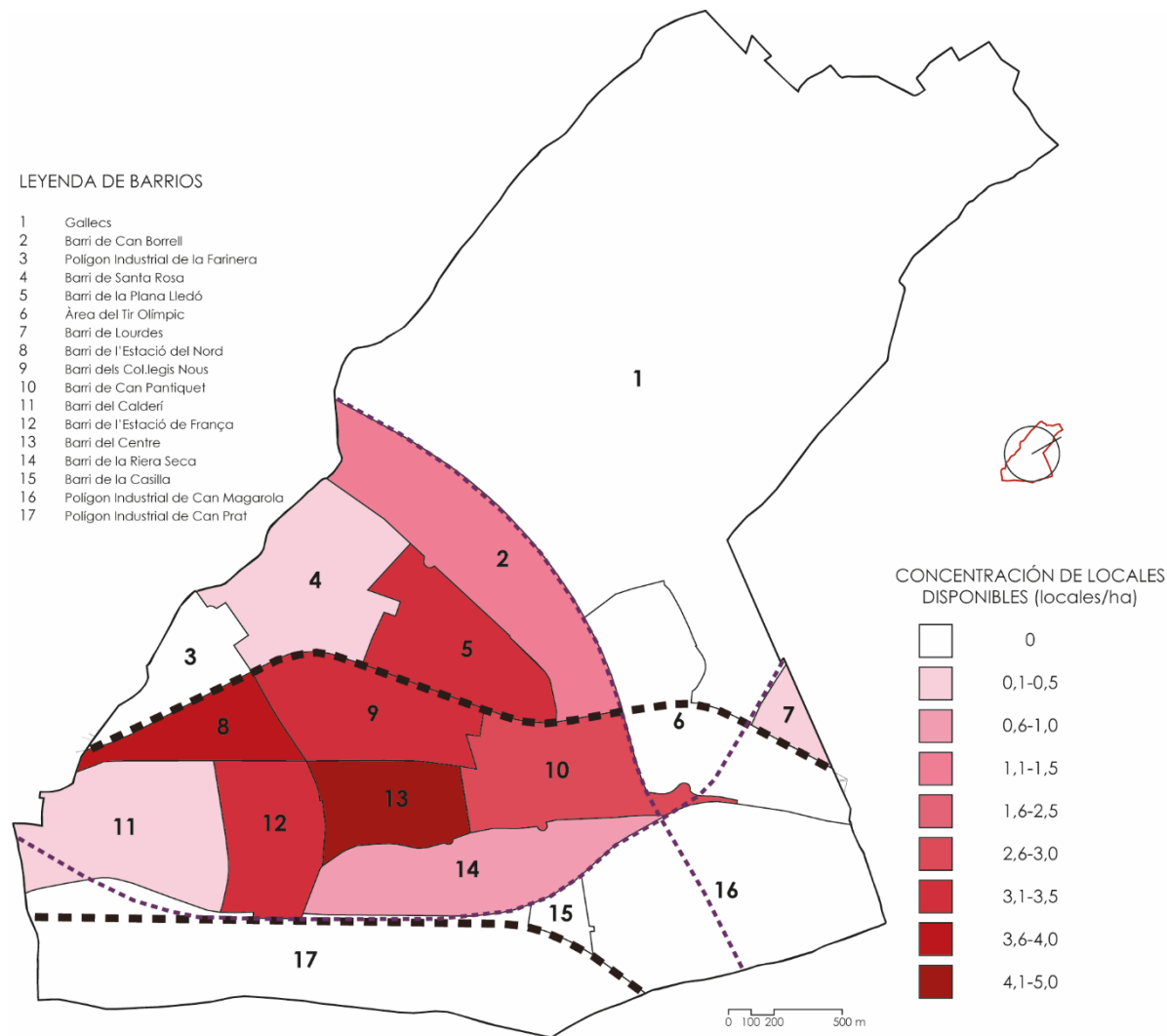
Fuente: Elaboración propia con datos de población (2015) de la web del Ayuntamiento y con datos de comercios (2015) del estudio elaborado por EIXOS, 2016.

**Fig. 84: Índice de disponibilidad de locales  
(número de locales disponibles por cada 100  
hab.) por barrios.**

Fuente: Elaboración propia con datos de  
población (2015) tomados de la web del  
Ayuntamiento y datos de locales del Estudi  
estratègic del comerç a Mollet del Vallès  
(2015) de EIXOS, 2016.







**Fig. 85: Concentración de locales disponibles (número de locales por hectárea) por barrios.**

Fuente: Elaboración propia con datos de extensión territorial tomados de la web del Ayuntamiento y datos de locales del Estudi estratègic del comerç a Mollet del Vallès (2015) de EIXOS, 2016.



Parece existir una relación entre la forma de los predios en Mollet y la forma de los locales de la ciudad, sobre todo en la zona central sobre los ejes más antiguos como Llibertat-Barcelona-Gaietà Ventalló, Rambla de Balmes-de Fiveller-Nova y Berenguer III-Rafael Casanova. En todos ellos, los locales tienen poco frente y son muy profundos, al igual que las parcelas que ocupan, dividiendo la planta baja a veces hasta en dos locales. De cierta manera, parece que el grano urbano corresponde al grano comercial en la ciudad. Estas parcelas más fragmentadas abriga, además, un comercio más relacionado con la calle y con la escala humana, una sucesión de tiendas y servicios que esconden, tras su pequeña fachada, locales más grandes de lo que uno esperaría al transitar por fuera.

## **Ideas Finales**

Si bien la forma del espacio público, de manera general, y la forma de las calles, específicamente, puede no depender de la función que albergan las plantas bajas de los edificios, es posible intuir que sí es influenciado por las actividades desarrolladas. Así, se da preferencia a un diseño más amigable con el viandante, con iluminación hacia el espacio de las aceras, con árboles que proporcionan sombra, con bancos para generar espacios de descanso, en las vías de mayor tránsito peatonal. Estas, a su vez, se vuelven más atractivas para el comerciante, por el gran flujo de peatones, o potenciales clientes, generando mayor demanda por locales comerciales. Una mayor cantidad de locales repercute en una mayor variedad de oferta, que atrae a un número mayor de personas, que genera, a su vez, una demanda por mayor comodidad para el acceso a las áreas comerciales.

Por esto, es posible intuir que calles con un esquema que permita el libre flujo y la estancia peatonal, van a ser más atractivas para los peatones y para los negocios. Para considerar un “buen” diseño, se puede tomar en cuenta una generosa proporción de espacio para los peatones, mayor que aquella destinada para los coches, una iluminación que proporcione índices lumínicos constantes y que permita ver claramente el camino del viandante, arborización y espacios de sombra, áreas de descanso uniformemente distribuidas a lo largo del eje, otro tipo de mobiliario urbano como basureros y bebederos.

La relación entre el interior de las plantas bajas y la calle es también importante. Mientras más capaz sea el viandante de mirar al interior, más atractiva es la calle para pasear. Sin embargo, hay que tomar también en cuenta que el contacto entre interior y exterior no se limita al aspecto visual. Las calles más permeables de Mollet se localizan en el centro de la ciudad y son aquellas que conservan un mayor número de locales por cada 100 metros de recorrido. No solo importa que se pueda ver, sino que haya una variedad de cosas para ver.

Del análisis anterior, parece que es fundamental, también, estudiar la localización de los ejes comerciales dentro del tejido urbano, ya que Mollet del Vallès es una ciudad que funciona en torno a un núcleo comercial potente, rodeado de áreas con un comercio de carácter más local o barrial, donde la intensidad e influencia de ese centro se pierde paulatinamente. Es interesante, además, que los cinco barrios más centrales y antiguos, Centre, Col·legis Nous, Estació de França Estació del Nord y de la Plana Lledó, coinciden en ser lo más poblados, los que más comercios abiertos tienen, tanto en valores absolutos como en valores relativos a población y extensión barrial, pero a la vez, son los que más locales vacíos concentran.

- Pregunta 3: ¿Es el comercio capaz de constituir sistemas que doten de urbanidad a la ciudad?
- Objetivo 3: Entender hasta qué punto la actividad comercial es capaz de crear urbanidad, valorando las conexiones que es capaz de crear dentro del tejido urbano: generación de rutas, áreas de influencia, concentración y/o disipación de la intensidad comercial.
- Hipótesis 3: El comercio es capaz de articular la ciudad, por ende, de generar urbanidad, gracias a que éste puede considerarse como una actividad recreativa, relacionada al ocio urbano, además de ser una actividad económica.

*“Jo dic que la urbanitat són tres coses: permeabilitat, sensualitat i respecte. La urbanitat és una paraula enganyosa. Jo ja sé que m'arrisco molt quan l'uso (i l'uso sovint). I és clar, la urbanitat és la “cartilla de urbanidad”, “comer a dos carrillos y hablar con la boca llena son dos faltas que condena severa la urbanidad”. Doncs la urbanitat és bon comportament, és ordre, i això està bé. No seré jo qui digui que no. Però des del punt de vista de la crítica urbanística, arquitectònica i sociològica de la ciutat, la urbanitat ha estat associada a la idea d'activitat, no només a la de bon comportament, de respecte a l'ordre, fins podríem dir, de modèstia individual. S'entén amb això que un espai és molt urbà quan hi passen moltes coses, quan hi ha molta activitat. La urbanitat és la idea de centralitat, de la vitalitat, de la gent diferent, dels llums i la brillantor. “Bright lights big city” diu aquella molt bonica novel·la sobre Nova York: “llums brillants, gran ciutat”.*

### **Capítulo 3: El comercio como generador de urbanidad en Mollet**

En este apartado se busca poner en valor la importancia del comercio en la ciudad de Mollet del Vallès, como elemento y actividad capaz de generar vida urbana. Aunque los distintos tipos de comercio de la ciudad generan diferentes impactos sobre la actividad humana, ambas son complementarias en Mollet para expandir y posicionar a la ciudad, tanto en el

*"I com arquitecte, professional i acadèmic que es fixa en la ciutat, el que més m'interessa és el que he anomenat la urbanitat material. I és que la urbanitat no està només en l'activitat econòmica i social, sinó que està també en la matèria de l'arquitectura. És a dir, quan l'arquitectura, per la seva matèria, és urbana. És el que veiem en el projecte dels Smithson: urbà és el terra, ho són les mides concretes de les coses, la relació dels moviments i les llums. I ho és tant si l'espai està ple com si està buit, tant si la gent es comporta com si no ho fa. És una urbanitat que està en la matèria".*

(Solà-Morales, 2009)

Manuel de Solà-Morales, en el discurso inaugural del curso 2009-2010 de la ETSAB, definió tres características de la urbanidad en la arquitectura: **permeabilidad**, **sensualidad** y **respeto**. La **permeabilidad**, nos dice, está en la posibilidad de acceder a los edificios, tanto de manera física como visual; es el contacto que tiene el edificio, su interior, con la calle a través de la planta baja; es, también, la posibilidad que tenemos las personas de percibir el "afuera" desde el "adentro" y el "adentro" desde el "afuera". *"La planta baixa és el lloc més penetrable: les botigues, els porxos i els accesos pels portals"* (Solà-Morales, 2009). La **sensualidad** se refiere a las sensaciones que es capaz de evocar la arquitectura, y la ciudad, en nosotros. La ciudad se vive, pero para poder vivirla, debe conmover nuestros sentidos. Para vivirla, también, hay que recorrerla ya que es el tacto, el contacto de los pies con el suelo al caminar, el que permite apreciar y poner en valor la ciudad, creando recorridos mentales y cambios de perspectiva (Solà-Morales, 2009). El **respeto**, por último, se refiere a un entendimiento del entorno, a aprender a leer las características del sitio para entablar un diálogo. Es un respeto de la administración al ciudadano, de la arquitectura a la ciudad. *"El respecte no és atendre les lleis o a les normes més generals. És el contrari: es la atenció del gran cap al petit, de les institucions cap al ciutadà, això és el respecte"* (Solà-Morales, 2009).

En el caso del estudio del comercio y su relación con la ciudad, la **permeabilidad** implica, como se mencionó en el capítulo anterior, una mayor porosidad en los ejes comerciales. Una calle con muchos comercios es una calle más permeable, puesto que las plantas bajas de los edificios que los albergan están abiertas para ser penetradas por los viandantes. La permeabilidad también implica un cierto grado de contacto visual con el interior de los edificios. Es evidente que, si existe un uso residencial en planta baja, los habitantes de dicha vivienda tratarán de permanecer con las persianas bajas y las puertas cerradas para garantizar su privacidad e intimidad, negando el contacto (visual) con el espacio público (la calle). En cambio, tanto comercios como servicios, en mayor o menor medida, permiten un contacto con el exterior, la capacidad de acceder y de ver (fig. 86). Es más, en el caso de los comercios, el diseño del escaparate en la fachada juega un papel vital en la atracción de viandantes. Una fachada atractiva es capaz de convertir al peatón en un cliente, pero también, a un peatón en paseante.

La **sensualidad** es, tal vez, la característica más difícil de medir de las tres que Manuel de Solà-Morales otorga a la urbanidad. Tal vez, la sensualidad del comercio se encuentra en su poder de atracción, en que las vitrinas evocan emociones, en que los aromas de los bares y restaurantes pueden evocar recuerdos. Al igual que en el caso de la permeabilidad, una calle que tiene más locales y tiendas emociona más que una calle completamente cerrada, aunque pudiera estar llena de árboles o de muros verdes. Este parámetro es, de los tres, el más subjetivo. Sin embargo, es posible relacionarlo a los hábitos de desplazamiento de las personas en Mollet: ¿a dónde van los molletenses? Para responder esta incógnita tenía dos alternativas: seguirlos para levantar una ruta (Gehl & Svarre, 2013), o realizar una encuesta en la que se los preguntaba directamente. Debido a que no contaba con un grupo de apoyo, ni suficiente tiempo, para seguir a una muestra significativa de personas por la ciudad, opté por elaborar una encuesta (ver anexo 3).



**Fig. 86: Calle de Berenguer III. Arriba, plantas bajas residenciales próximas a la estación de tren Mollet-Sant Fost; abajo, plantas bajas comerciales próximas al centro de la ciudad.**

Fuente: Elaboración propia con imágenes de Google Street View, 2016.



El medio de captura de la encuesta que empleé fue el CAWI (Computer Assisted Web Interview) (Wikipedia, 2016c) a través del grupo de Facebook “Mollet del Vallès” al que pertenecen casi 7.700 usuarios. Este método de encuesta tiene como ventaja la gran cantidad de potenciales entrevistados a un bajo costo, ya que no es necesario contar con un equipo de encuestadores. Sin embargo, posee también dos desventajas: la primera, la baja tasa de respuesta con este tipo de encuestas (Wikipedia, 2016c); la segunda, los usuarios a los que es capaz de llegar: una población menor a los 60 años y con acceso a Internet y a las redes sociales. Sin embargo, la muestra no necesita ser demasiado grande. Por el tipo de preguntas, será una encuesta tanto con preguntas abiertas como cerradas, prevaleciendo estas últimas.

Para calcular el tamaño de la muestra, empleé la formula a continuación:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * (1-p)}{(N-1) * e^2 + Z^2 * p * (1-p)}$$

Dónde:  $n$  es el tamaño de la muestra

$N$  es el tamaño del universo (la población de Mollet de 51.662 hab.)

$Z$  es la desviación del valor medio que se acepta para lograr el nivel de confianza deseado (de acuerdo con la campana de Gauss)

Nivel de confianza 95%  $Z=1.96$

$e$  es el margen de error máximo admitido, para este caso 5%

$p$  es la proporción que se espera encontrar, en el peor escenario se debe emplear el 50% (Netquest.com, 2016).

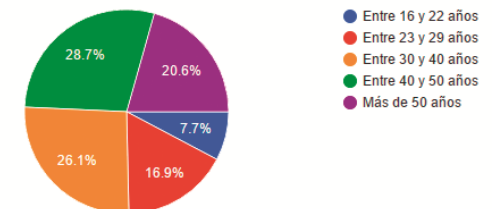
En este caso, al aplicar la fórmula con los datos anteriores, la muestra debía de ser de 382 personas para que la encuesta sea significativa.

$$n = \frac{51.662 * 1.96^2 * 0.5 * (1-0.5)}{(51.662-1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * (1-0.5)}$$

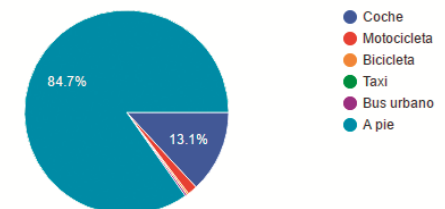
Finalmente, la encuesta fue respondida por 321 usuarios de la red social. Pese a que el número de encuestados corresponde al 84% de la muestra necesaria, considero que es un grupo lo suficientemente significativo para que los datos obtenidos sean relevantes y, por tanto, los generalizo a toda la población.

Para Manuel de Solà-Morales, el sentido primordial para medir la sensualidad es el tacto en cuanto a nuestra actividad de caminar. Por ello, es importante saber cómo se desplaza esa población molletense. De acuerdo con mi encuesta (fig. 87), un 84,7% de las personas se desplazan a pie por la ciudad, seguidos por un 13,1% que lo hace en coche, un 1,6% en motocicleta y el 0,6% restante, repartido equitativamente entre quienes se desplazan en autobús y quienes lo hacen en bicicleta. Este es un dato importante, puesto que si las personas optan por caminar se puede deducir dos cosas: que el espacio por el que transitan es lo suficientemente agradable como para hacerlo; y que todo lo que necesitan diariamente está lo suficientemente cerca como para no necesitar un medio de transporte motorizado. Los siguientes gráficos (fig. 88 y 89) muestran los destinos primordiales de desplazamiento de los molletenses y la frecuencia con la que los realizan. Es de recalcar que la mayor parte de estos desplazamientos se realizan hacia el centro de la ciudad, donde se concentran los ejes comerciales tipo A y B, donde el comercio se desarrolla en las plantas bajas (comercio de escala humana).

¿Cuál es su edad?

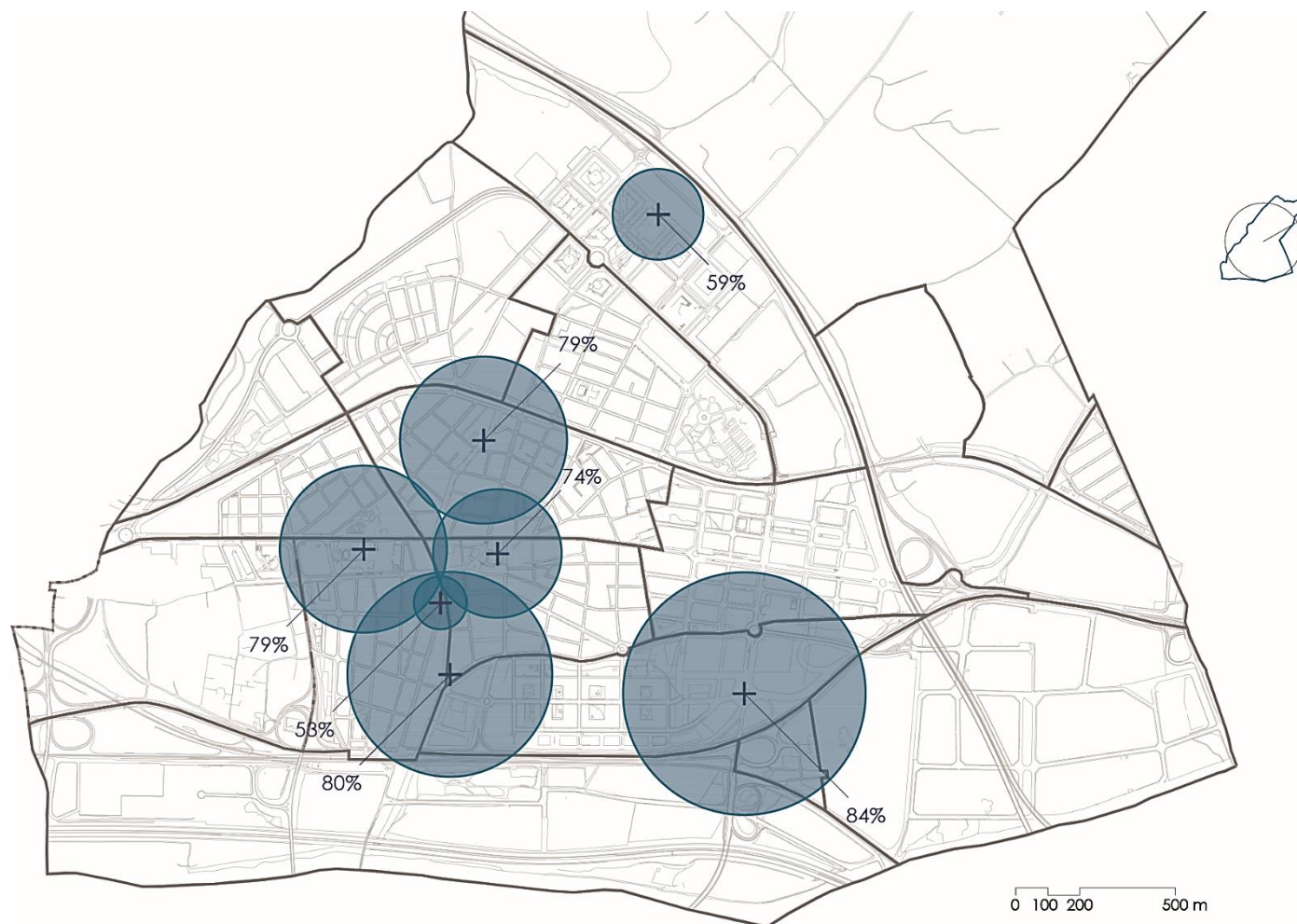


¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?



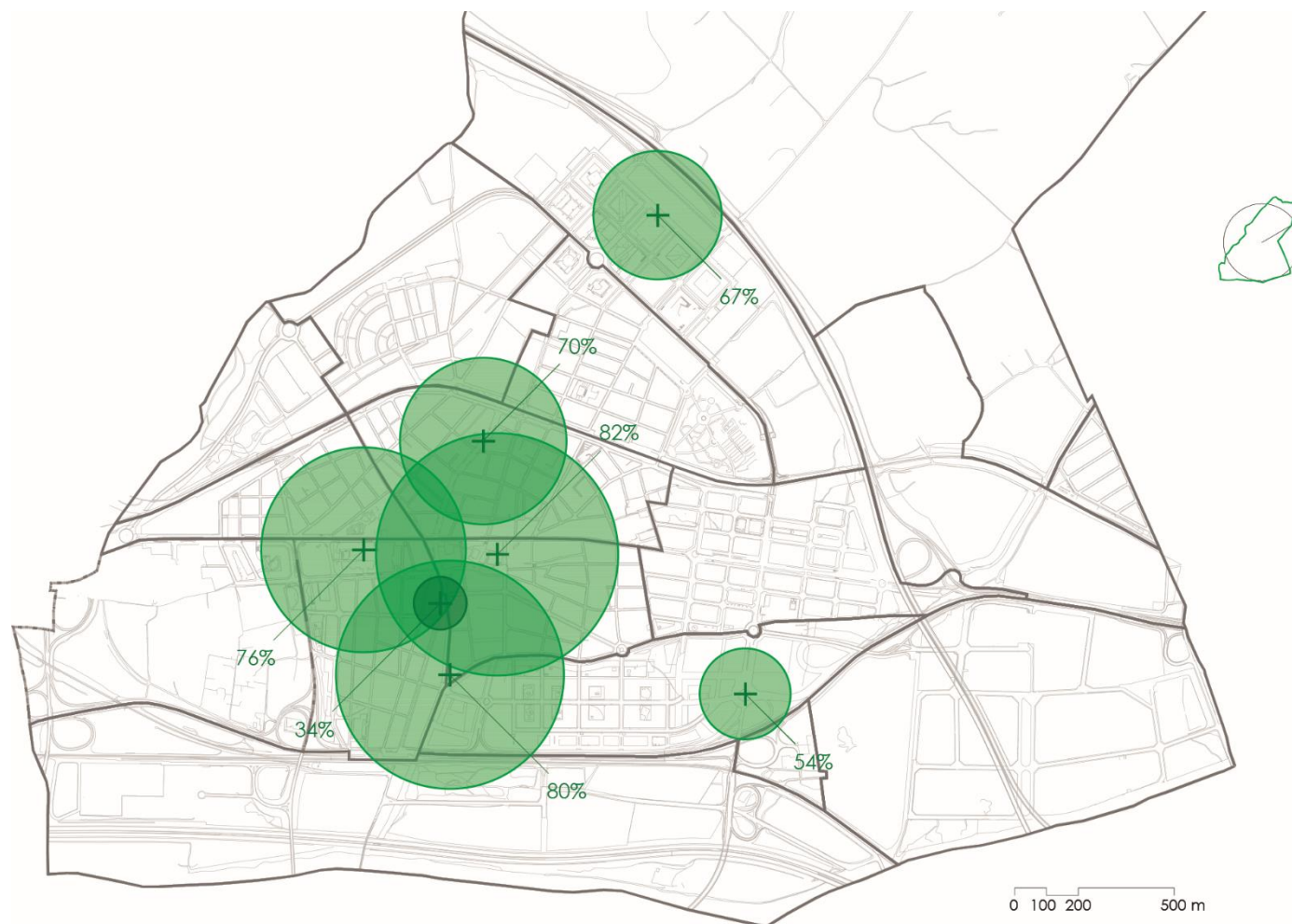
**Fig. 87: Captura de pantalla del resumen automático de Google Forms con las preguntas 1 y 5 de la encuesta.**

Fuente: Google Forms, 2016.



**Fig. 88:** ¿Hacia dónde se desplazan los molletenses? Los círculos muestran cuánta gente va a los principales lugares comerciales de la ciudad, las ramblas, la Plaça de Prat de la Riba, la Illa de Can Mulà y los comercios a gran escala de Can Borrell y de la Riera Seca. El círculo central, el más pequeño, corresponde al mercadillo a donde no todos pueden concurrir por realizarse en días laborables.

Fuente: Elaboración propia, 2016.



**Fig. 89: ¿Con qué frecuencia se desplazan los molletenses? Los círculos muestran el porcentaje de personas que van a los principales lugares comerciales de la ciudad, las ramblas, la Plaça de Prat de la Riba, la Illa de Can Mulà y los comercios a gran escala de Can Borrell y de la Riera Seca al menos una vez por semana. El círculo central, el más pequeño, corresponde al mercadillo.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.



**Fig. 90: La Rambla de Fiveller, antes y ahora.**

Fuente: Imagen compartida por Albert Palatsi en el grupo de Facebook "Mollet del Vallès:

[https://scontent-mrs1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-9/14054236\\_323493827996044\\_6862973720815312635\\_n.jpg?oh=ab970d82200eea11c43307c39382c2c7&oe=587ADB4A](https://scontent-mrs1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.0-9/14054236_323493827996044_6862973720815312635_n.jpg?oh=ab970d82200eea11c43307c39382c2c7&oe=587ADB4A)  
Acceso: 2016-09-25 19:05.

En cuanto al **respeto**, en el tema comercial puede verse de dos maneras. La primera, en cuanto a las actuaciones del Ayuntamiento, un respeto de la autoridad hacia la ciudad, del grande al pequeño (Solà-Morales, 2009). Este se evidencia en las formas en las que se promocionan las actividades comerciales de la ciudad, la formación y promoción de las asociaciones de comerciantes y el fortalecimiento del mercado semanal de Mollet del Vallès. Es un diálogo entre lo que la Administración da y lo que los comerciantes necesitan, como la cobertura del torrente Caganell, que inició en los años cuarenta del siglo pasado, con el fin de dar más salubridad a los productos de venta en el mercadillo.

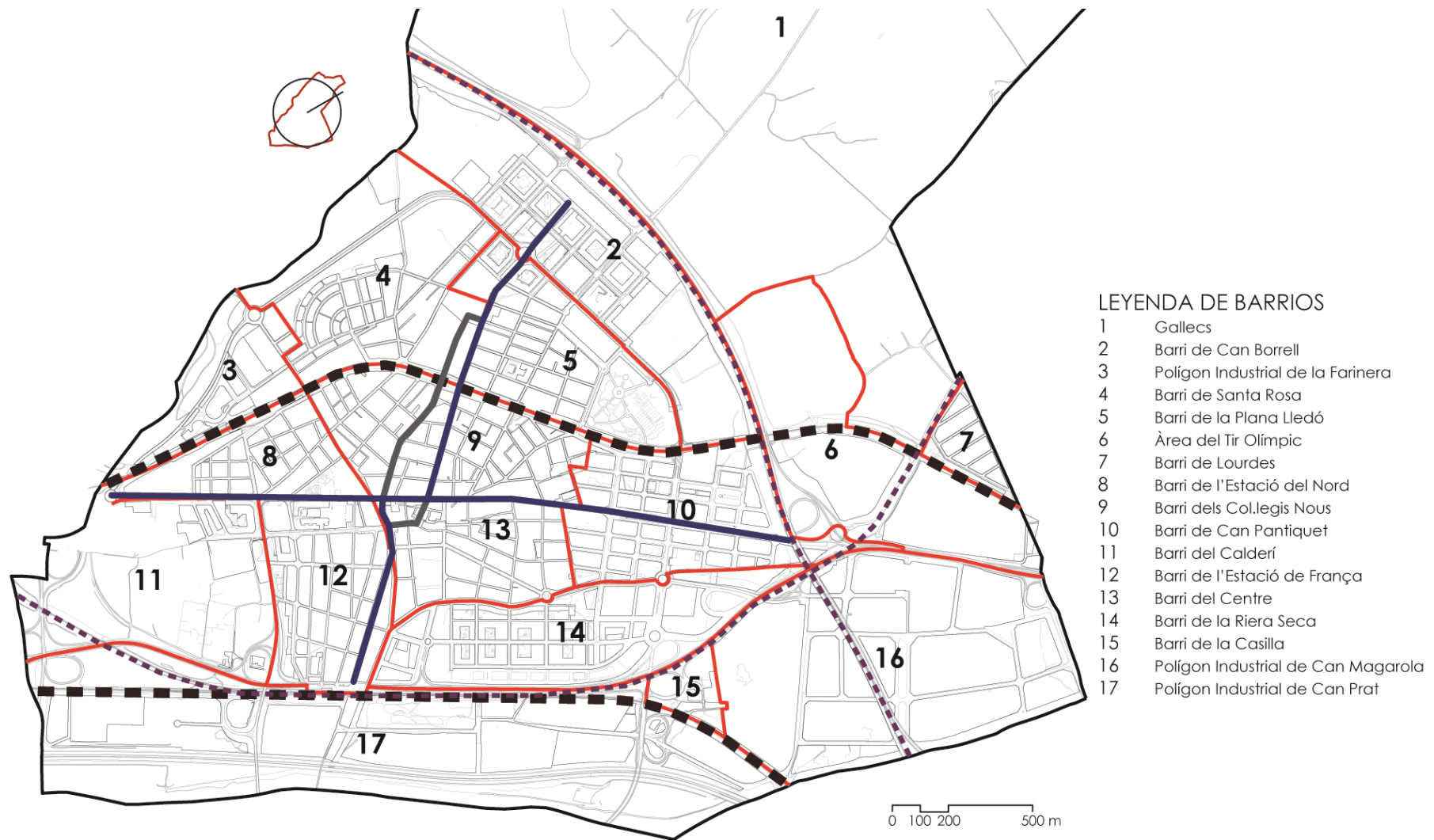
La segunda, tiene que ver con la manera en la que los comercios, en realidad las plantas bajas de los edificios, entran en contacto con el espacio público. Como se vio en el apartado 2.2 del capítulo anterior, los comercios están en la misma cota que la acera, permitiendo un libre tránsito desde el espacio público. De cierta manera, trayendo el espacio público hacia el interior del edificio. En algunos casos, generando espacios de transición, portales, que logran crear sitios de contemplación de las vitrinas y que no obstaculizan el flujo de viandantes (fig. 72 pág. 150). Esta estrategia es común sobre todo en la calle de Berenguer III y en la Av. de Jaume I, aunque hay casos similares en otros ejes.



Como se mencionó en el apartado 1.1, el comercio de escala humana incluye, para los fines de este estudio, los servicios, comercios al detalle y otros comercios (supermercados y minimercados) que hacen uso de las plantas bajas de edificios existentes para desarrollar su actividad. Es, básicamente, el comercio cotidiano. De la encuesta que realicé por redes sociales a habitantes de Mollet, apenas 53 de 321 personas contestaron que no realizan sus compras cotidianas en el barrio donde residen. Es decir, solo el 16,51% prefieren ir a comprar a diario fuera de su barrio, mientras que el 83,49% prefiere hacerlo ahí mismo por la cercanía y la costumbre. Esta costumbre ayuda a arraigar los comercios y también a establecer rutas fijas de desplazamiento entre la casa y la tienda o tiendas. También reconocieron que suelen salir a pasear por el centro de la ciudad. Una persona incluso respondió que elige pasear por algunas calles porque le gusta mirar sus vitrinas.

Es importante recordar del apartado 2.3 que las calles más permeables de Mollet son las que están más en el centro. De hecho, son las que acogen el mercado itinerante semanal. Estos ejes, por su localización, ponen en contacto diferentes barrios y diferentes equipamientos de la ciudad. La calle de Berenguer III conecta con la estación de Francia (Mollet-Sant Fost). La calle de Rafael Casanova, con la estación del norte (Mollet Santa Rosa). Las avenidas de Burgos, Jaume I y Antoni Gaudí conectan la ciudad de un extremo al otro, conectando los barrios de la Estació del Nord, Estació de França, del Calderí, del Centre, del Col·legis Nous y de Can Pantiquet. Lo mismo en el otro sentido el eje discontinuo formado por las calles Berenguer III, Rambla de Fiveller, Gaietà Vinzia, Caldes de Montbui, que conectan los barrios de la Estació de França, del Centre, del Col·legis Nous, de la Riera Seca, de Santa Rosa y de Can Borrell. Todas estas vías altamente comerciales y muy visitadas por las personas (fig. 88 y 89).

### **3.1 El comercio de escala humana como articulador urbano**



**Fig. 91: Rutas interbarriales.**

Fuente: Elaboración propia, 2016.



De esta manera, el comercio parece ser capaz de crear rutas y, de cierta manera, reducir distancias, acercando a las personas al centro y del centro a las periferias (fig. 91). En estas calles se puede encontrar las tres características que Manuel de Solà-Morales da a la urbanidad. La **permeabilidad**, en el gran número de comercios que a la vez permiten ver muchas cosas, exaltando los sentidos y creando emociones, que otorgan **sensualidad** a esos ejes comerciales. El **respeto** se aprecia un tanto en el orden de las actividades comerciales, en que el mercadillo y el comercio sedentario se benefician mutuamente en una simbiosis en la que ambos se aportan clientes entre sí y aportan, a su vez, vida al espacio público y a la ciudad. También se ve en el respeto de las autoridades por mantener las tradiciones, como el mercado, por reforzar la condición de centralidad, pero también, por impulsar y gestionar las ferias de las diferentes asociaciones de comerciantes de Mollet.



Como se mencionó en el primer capítulo, el comercio de gran escala es aquel que se sitúa en la periferia urbana, hacia las autovías, con servicios que están pensados en atender la demanda de los motoristas que transitan por estas vías de alta velocidad. La arquitectura de estos comercios, aislada y rodeada por parqueaderos, se desconecta de las calles y, por ende, de los peatones. No quiere decir que sean inaccesibles, pero sí que su fachada no forma parte del espacio público de la acera peatonal, no lo configura (fig. 92 y 93). Lo que termina dando forma a la calle son los cerramientos de los parqueaderos.

Sin embargo, la aproximación de estos comercios a las autovías es diferente. Sus pancartas publicitarias conforman una gran fachada de la ciudad hacia la carretera. En motorista que transita por la AP-7 o por la C-17 no puede apreciar el centro de Mollet, ni el movimiento de su gente ni la actividad de su comercio. Lo que pueden ver es la publicidad de los comercios ubicados a lo largo de estas carreteras. Constituyen, así, un **paisaje publicitario**, diferente al paisaje a ras de tierra de las plantas bajas (Gómez, 2016) que existe en el centro de la ciudad, pero no menos importante. Es paisaje publicitario es el que logra que la ciudad diga "¡aquí estoy!" a todos aquellos que circulan por los cinturones periféricos. Las grandes franquicias que, a su vez, se ubican en grandes superficies, escogen en qué ciudad ubicarse, seguramente debido a largas negociaciones en las que la ciudad y el promotor ofrecerán ciertos beneficios para lograr un posicionamiento favorable.

Así como las fachadas (vitriñas) de los locales en planta baja cambian con el paso de las estaciones, así también cambian la fachada de Mollet hacia la carretera. Sin embargo, la combinación de publicidades, gigantografías, vallas, letreros y arquitecturas que constituyen este paisaje pueden convertirse en parte de la marca-ciudad de Mollet del Vallès (fig. 94).

### 3.2 El comercio de gran escala como articulador interurbano



**Fig. 92: Av. dels Rabassaires.**

Fuente: Google Street View, 2016.



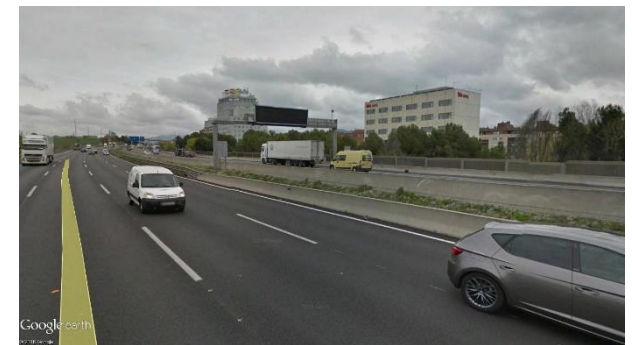
**Fig. 93: Carrer de Nicaragua.**

Fuente: Google Street View, 2016.



**Fig. 94: Collage de imágenes de la fachada sur de Mollet del Vallès.**  
Fuente: Elaboración propia con imágenes de Google Street View, 2016.

El paisaje publicitario es, entonces, un marcador de la ciudad en el contexto territorial. Así como el mercado itinerante semanal contribuye en el posicionamiento de Mollet como capital de la subregión del Baix Vallès (Ludevid i Massana, 1998), el comercio a gran escala le otorga importancia dentro de toda la comarca. Mientras la señalización de la autopista solo informa que la ciudad está ahí, el comercio de gran escala muestra qué se puede encontrar en ella. El posicionamiento de estos comercios y servicios terciarios, fruto tanto del planeamiento como de la negociación en Mollet, ha logrado generar una fachada, más o menos **permeable**, por los accesos desde la carretera, que atrae a los motoristas (**sensualidad**) y que, de cierta manera, puede decirse **respetuosa** de la ciudad, ya que le ayuda a proyectarse hacia la vía. En el caso de la fachada norte, algo menos permeable, pero tal vez más respetuosa con el carácter rural de este extremo de la ciudad, no compite por la atención del conductor con los espacios verdes naturales de Gallecs (fig. 95).



**Fig. 95: Fachada norte de Mollet del Vallès.**

Fuente: Google Street View, 2016.



El comercio en Mollet parece, en gran medida, aportar a la urbanidad de la ciudad, entendiendo ésta como lo hacía Manuel de Solà-Morales, con tres características de permeabilidad, sensualidad y respeto. La permeabilidad de las fachadas comerciales en el centro de la ciudad, vuelve atractivos a los ejes, fomentando el paseo y también el comercio. Un respeto por parte del gobierno local a esta actividad comercial y su tradición en la ciudad, garantizan su crecimiento y la vida urbana. Si entendemos, además, la urbanidad como intensidad de vida en las calles, el comercio también tiene un protagonismo en este sentido. Que haya muchos comercios muy seguidos crea una gran atracción de los ejes comerciales como destinos y no como simples lugares de paso (Gómez, 2016).

## **Ideas Finales**

El comercio de escala humana, entonces, sería capaz de generar rutas y conexiones urbanas, permitiendo recorridos más placenteros y dinámicos. Sin cambio, no hay vida; que las vitrinas estén en constante cambio logra, también, que siempre haya algo nuevo que ver en la ciudad. De esa manera, el comercio construye la ciudad y mantiene su vitalidad. Basta ver cómo las calles se vacían cuando los comercios están cerrados, mientras el bullicio vuelve con su apertura.

El comercio de gran escala, en cambio, posiciona a la ciudad en el mapa. La publicidad de estos negocios publicita, a su vez, a la misma ciudad. En Mollet, construye una fachada hacia la C-17 que visibiliza a la ciudad desde la carretera y crea un paisaje publicitario que atrae a nuevos visitantes. Esto ayuda a dinamizar, incluso, el comercio de escala humana, por la atracción que logra ejercer la ciudad sobre potenciales nuevos visitantes.





Este estudio sobre Mollet del Vallès, una ciudad mediana de la Región Metropolitana de Barcelona, contribuye a conseguir un mejor entendimiento del funcionamiento de las ciudades. Al igual que Jane Jacobs aclara en su libro *Muerte y Vida de las Grandes Ciudades* (1961), que sus observaciones se aplican solamente a las grandes ciudades; mis observaciones sobre el comercio de Mollet también tienen esa limitación. En una ciudad grande se mueven muchos más intereses que afectan a la vida urbana. Por tanto, las presentes conclusiones no podrían generalizarse y aplicarse estrictamente en ciudades de mayor escala o, incluso, mayor influencia política. Sin embargo, sí que pretende despertar la curiosidad, tanto en quien la lee como en mi misma al escribirla, de buscar si existen relaciones similares a las halladas aquí en ciudades mucho más extensas y pobladas.

La actividad comercial en Mollet del Vallès ha dejado una fuerte huella en el tejido urbano. Esta huella está materializada en la localización del comercio sedentario de la ciudad, concentrado en el centro ampliado, entre la Illa de Can Mulà y la Plaça de Prat de la Riba; pero, también, en el mercado itinerante que coexiste en este espacio una vez por semana. Ambas actividades fueron detonantes de una mejora urbana, que se evidenció necesaria para su impulso y consolidación. Por ello, es primordial reconocer la vocación, no solo de la ciudad, sino de los tejidos urbanos para enriquecer el planeamiento y fomentar la vida urbana.

La localización del comercio de escala humana y del de gran escala está directamente influenciada por el tejido urbano en Mollet del Vallès. Mientras e primero se localiza en el centro de la ciudad, donde predominan las parcelas de poco frente y muy profundas, el comercio de gran escala se acomoda en tejidos de ensanche, lo más próximos a la carretera, salvo dos casos excepcionales que no son representativos.

## Conclusiones Finales

El grano urbano, entonces, corresponde al grano comercial de la ciudad. Donde las parcelas son más fragmentadas, existe también mayor número de establecimientos que están en directo contacto con la calle. Donde las parcelas son más grandes, el comercio que aparece es el de grandes superficies, separado de la calle por una gran área de parqueaderos.

La forma de las calles en Mollet está bajo la influencia de la actividad comercial que abriga. Los ejes comerciales tienden a ser más amigables con los peatones, dotándose de sombra, gracias a la vegetación, y de áreas de descanso, gracias a la instalación de bancos para sentarse. Además, en algunos casos, se permite la colocación de terrazas fuera de bares y restaurantes que aumentan el poder de atracción de vida urbana hacia los ejes comerciales. A su vez, la actividad comercial también influye sobre la calidad del espacio público, demandando ciertas mejoras, como lo fue en su tiempo la construcción de las ramblas y la arborización de varias calles, para generar mayor tránsito peatonal y, por ende, mayor flujo de potenciales clientes.

La permeabilidad de las calles en Mollet del Vallès es fundamental para incentivar el contacto entre el comercio y el espacio público. Locaciones con mayor concentración comercial y mayor número de comercios cada 100 metros de calle, son las que poseen mayor variedad de oferta comercial y de servicios, siendo más atractiva para paseantes y compradores.

Los ejes comerciales refuerzan la condición de centralidad en Mollet del Vallès, por lo que es posible especular que la creación de nuevas centralidades en la ciudad debe ir acompañada por un estudio para la prolongación de ciertos ejes comerciales, como la Av. Caldes de Montbui, que consta en este trabajo.

En una ciudad mediana, como es el caso de Mollet, la concentración de personas, habitantes de la ciudad, y de los comercios, se corresponden. Barrios con alta concentración de población son también los que concentran gran cantidad del comercio. Los cinco barrios más antiguos (Centre, Col·legis Nous, Estació de França, Estació del Nord y la Plana Lledó) concentran el 61,07% de la población de la ciudad y el 73,97% del total de comercios en activo (1154 de 1560 establecimientos). La razón por la que esto sucede podría especularse ampliamente, pero podría deberse, en parte, a que en Mollet parecen no existir procesos de gentrificación como los que ocurren en Barcelona, y en otras grandes ciudades, y que han expulsado a sus habitantes tradicionales.

El comercio, como lo dijo Victor Gruen, es una actividad esencialmente urbana y que da forma a la ciudad. Esta forma que le otorga es lo que llamamos urbanidad, que Manuel de Solà-Morales definía, para la arquitectura, con tres características de permeabilidad, sensualidad y respeto. Si extendemos esta definición a la ciudad, es posible ver que en Mollet del Vallès, es el comercio el que genera esa urbanidad.

El comercio en Mollet crea accesos en las fachadas de las calles (permeabilidad), genera rutas atractivas para el paseo (sensualidad) y suscita un diálogo permanente entre el vendedor y el comprador y entre las autoridades y las asociaciones de comerciantes (respeto). Además, es capaz de generar paisajes publicitarios, de escala humana en la relación entre las fachadas de las plantas bajas y las calles, y de gran escala, en la relación entre las grandes superficies comerciales y sus vallas publicitarias con la carretera (o autopista). El comercio de escala humana genera rutas intraurbanas, mientras que el de gran escala hace lo propio, generando rutas interurbanas.

Al haber sido Quito la ciudad que despertó mi inquietud por aprender y estudiar la relación entre el comercio y la ciudad, queda abierto el campo de estudio para una futura investigación tomándola a ella como caso de estudio. Siendo una ciudad dispersa y poco densa, será interesante entender cómo funciona el comercio allá y qué variables adicionales entran en juego cuando hablamos ésta capital latinoamericana.

## Bibliografía

- Ajuntament de Mollet del Vallès. Ordenança Fiscal núm 2.5 TAXA PER LA PRESTACIÓ DELS SERVEIS D'INTERVENCIÓ ADMINISTRATIVA EN L'ACTIVITAT DELS CIUTADANS I LES EMPRESES A TRAVÉS DEL SOMETIMENT A PRÈVIA LLICÈNCIA, COMUNICACIÓ PREVIA O DECLARACIÓ RESPONSABLE I PELS CONTROLS POSTERIORS A L'IN, Pub. L. No. Ordenança fiscal núm 2.5 (2016). España: Mollet Impulsa; Ajuntament de Mollet del Vallès.
- Ajuntament de Mollet del Vallès. (2016b). Web del Ajuntament de Mollet del Vallès. Retrieved July 12, 2016, from [www.molletvalles.cat](http://www.molletvalles.cat); Acceso: 2016-07-12 18:00
- Allegri, A. (2013). Mientras Apolo 70 viaja hacia a Alvalaxia XXI, Colombo y Vasco da Gama nos descubren otra ciudad. La dimensión urbana del espacio comercial en Lisboa: 1970-2010. Universitat Politècnica de Catalunya. Retrieved from <http://www.tdx.cat/handle/10803/119264>
- Arimon, G. (2006). *Cent anys de mercat a Mollet (1906-2006)*. (Mercamollet SA, Ed.) (primera ed). Mollet del Vallès : Ajuntament de Mollet del Vallès.
- Augé, M. (1993). *Los "No lugares" : espacios del anonimato : una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona : Gedisa. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1259853~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1259853~S1*cat)
- Azrteli, D. J. (1997). *The Architect as Creator of environments: Victor Gruen, Visionary Pioneer of Urban Revitalizations*. Carleton University.
- Benalcázar, W. (2016). Tulcán está en crisis, tras 20 años de bonanza | El Comercio. *El Comercio*. Retrieved from <http://www.elcomercio.com/actualidad/tulcan-crisis-bonanza-ecuador-comercio.html>
- Benjamin, W., Schweppenhäuser, H., Tiedemann, R., & Brotons Muñoz, A. (2006). *Obras*. Madrid : Abada. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1293598~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1293598~S1*cat)
- Berry, B. J. L., & Parr, J. B. (1988). *Market centers and retail location : theory and applications*. Englewood Cliffs : Prentice Hall. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1324069~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1324069~S1*cat)
- Burnham, D. H., Bennett, E. H., Moore, C. W., & Schaffer, K. (1993). *Plan of Chicago*. New York, [NY] : Princeton Architectural Press. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1080357~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1080357~S1*cat)

- Capel Sáez, H. (2005). *La morfología de las ciudades - II. Aedes facere: técnica, cultura y clase social en la construcción de edificios*. Barcelona : Ediciones del Serbal. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1273169~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1273169~S1*cat)
- Carballo, A. (2014). El comercio de proximidad como herramienta del desarrollo social | Cat. Económica. Retrieved January 15, 2016, from <http://www.cateconomica.com/Articulo/El-comercio-de-proximidad-como-herramienta-del-desarrollo-social>
- Carreras i Verdaguer, C. (1991). L'evolució de les activitats comercials a la ciutat de Barcelona. *Revista Catalana de Geografia*, 6(15).
- Carreras i Verdaguer, C. (1995). Los nuevos espacios del consumo de Barcelona. *Revista de Geografia*, 29(2), 69–77.
- CCRS arquitectes. (2006). Pla d'ordenació urbanística municipal de Mollet del Vallès. Consultoria, Barcelona :
- Christaller, W. (1966). *Central places in Southern Germany*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, INC. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1054328~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1054328~S1*cat)
- Collin Delavaud, A. (2002). *Quito La ciudad del volcán*. (Ediciones Libri Mundi / Enrique Grosse-Luemern, Ed.) (Segunda Ed). Quito.
- Comissió d'Ordenació Territorial Metropolitana de Barcelona. (2010). Pla territorial metropolità de Barcelona. Plan urbano, Barcelona: Generalitat de Catalunya. Retrieved from [http://www.gencat.cat/territori/plans/PTMB\\_aprovacio\\_definitiva/01\\_MEMORIA\\_GENERAL/Memoria\\_general\\_Part\\_I\\_Marc\\_referencia.pdf](http://www.gencat.cat/territori/plans/PTMB_aprovacio_definitiva/01_MEMORIA_GENERAL/Memoria_general_Part_I_Marc_referencia.pdf); Acceso: 2016-05-28 21:30
- Concejo Metropolitano de Quito. Ordenanza No. 3746 (2008). Alcaldía de Quito. Retrieved from [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS\\_A%C3%91OS\\_ANTERIORES/ORD-3746-NORMAS\\_DE\\_ARQUITECTURA\\_Y\\_URBANISMO.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS_A%C3%91OS_ANTERIORES/ORD-3746-NORMAS_DE_ARQUITECTURA_Y_URBANISMO.pdf); Acceso: 2016-09-12 15:30
- Dalsgaard, A. M. (2014). *The Human scale bringing cities to life*. Ismaning : EuroVideo. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1440793~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1440793~S1*cat)



- Debord, G., & Pardo, J. L. (1999). *La Sociedad del espectáculo*. Valencia : Pre-textos. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1187999~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1187999~S1*cat)
- EIXOS Economic observatory. (2015). *Estudi estratègic del comerç de Mollet del Vallès*. Mollet del Vallès :
- El Telégrafo. (2013). El parque automotor crece más que la población. *Diario El Telégrafo*, p. 1. Quito. Retrieved from <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/el-parque-automotor-crece-mas-que-la-poblacion>; Acceso: 2016-06-04 18:20
- Estudio TAU. Plan General Municipal de Ordenación Urbana de Mollet del Vallès (1982).
- Fundació Municipal Joan Abelló. (2009). *El Mollet d'ABELLÓ* (Instant Co). Mollet del Vallès : Fundació Municipal Joan Abelló.
- Gehl, J. (2006). *La Humanización del espacio urbano : la vida social entre los edificios*. Barcelona : Reverté. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1301557~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1301557~S1*cat)
- Gehl, J., & Svarre, B. (2013). *How to study public life*. Washington DC. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1440532~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1440532~S1*cat)
- Ginart, B. (2014). Comerç emblemàtic, reptes y amenaces. Retrieved September 27, 2016, from [http://www.ara.cat/premium/suplements/Comerc-emblematic-normatiu-lAjuntament-propietaris\\_0\\_1248475394.html](http://www.ara.cat/premium/suplements/Comerc-emblematic-normatiu-lAjuntament-propietaris_0_1248475394.html); Acceso: 2016-09-26 23:30
- Gómez, E. (2016). *Comerç, ciutat, paisatges arran de terra*. Universitat Politècnica de Catalunya. Retrieved from <http://www.tdx.cat/handle/10803/348259>
- Gruen, V. (1977). *El Corazón de Nuestras Ciudades : la crisis urbana : diagnóstico y curación*. (Buenos Aires) : Marymar. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1056137~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1056137~S1*cat)
- IDESCAT. (2016). Idescat. Cerca d'estadístiques per territori. Retrieved June 14, 2016, from <http://www.idescat.cat/territori/>; Acceso: 2016-06-14 22:45
- INEC. (2016a). Pobreza | Instituto Nacional de Estadística y Censos. Retrieved September 8, 2016, from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/pobreza/>; Acceso: 2016-09-08 10:30

- INEC. (2016b). Proyecciones poblacionales. Retrieved June 7, 2016, from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>; Acceso: 2016-09-7 14:30
- Jacobs, J., Muxí, Z., Gutiérrez Valdivia, B., Delgado, M., Useros, A., & Abad, Á. (2011). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Madrid : Capitán Swing Libros. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1390165~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1390165~S1*cat)
- Ludevid i Massana, X. (1998). MOLLET DEL VALLÈS: El model del creixement d'una ciutat mitjana. In *Notes volum 12* (pp. 81–101). Mollet del Vallès : Centre d'Estudis Molletans.
- Ludevid i Massanas, X. (2006). *Planejament urbanístic y gestió municipal*. Mollet del Vallès :
- Mumford, L., & Revol, E. L. (2012). *La Ciudad en la historia : sus orígenes, transformaciones y perspectivas*. Logroño : Pepitas de Calabaza. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1418854~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1418854~S1*cat)
- Netquest.com. (2016). Qué tamaño de muestra necesito. Retrieved May 19, 2016, from <http://www.netquest.com/blog/es/que-tamano-de-muestra-necesito/>; Acceso: 2016-05-19 17:40
- Peremiquel i Lluch, F., & Salvà Roselló, I. (1997). *Transformacions urbanes : Eix Macià, Sabadell; Casernes, Girona; Canyeret, Lleida; Campus Terrassa; Can Mulà, Mollet; Port, Badalona; Sucre, Vic*. Barcelona : Col·legi d'Arquitectes de Catalunya, Demarcació de Barcelona. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1136361~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1136361~S1*cat)
- Sabaté Bel, J., Sotoca, A., & Corominas Ayala, M. (2007). *Planes muy especiales*. [Barcelona] : Col·legi d'Arquitectes de Catalunya, Demarcació de Barcelona. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1319492~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1319492~S1*cat)
- Salvador Lara, J. (1992). *Quito*. Madrid : Mapfre. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1119860~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1119860~S1*cat)
- Sartori, G. (1998). *Homo videns : la sociedad teledirigida*. Madrid : Taurus. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1157645~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1157645~S1*cat)
- Solà-Morales, M. de. (1997). *Las Formas de crecimiento urbano*. Barcelona : UPC. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1122234~S1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1122234~S1*cat)

- Solà-Morales, M. de. (2009). La urbanitat de l'arquitectura. Confèrència inaugural del curs 2009-2010, Barcelona.
- Spurrier Baquerizo, W. (2013). Las economías de Guayaquil y Quito - Columnistas - Opinión | El Universo. Retrieved September 21, 2016, from <http://www.eluniverso.com/opinion/2013/08/11/nota/1269991/economias-guayaquil-quito>
- STHV Quito. (2010). Indicadores para la planificación territorial. Retrieved from [http://sthv.quito.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=28&Itemid=90](http://sthv.quito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=28&Itemid=90); Acceso: 2016-06-04 15:00
- Wall, A. (2005). *Victor Gruen : from urban shop to new city*. Barcelona : Actar. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1276715~\\$1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1276715~$1*cat)
- Wikipedia. (2016a). Agricultura. Retrieved September 19, 2016, from [https://es.wikipedia.org/wiki/Agricultura#Comienzo\\_de\\_la\\_agricultura](https://es.wikipedia.org/wiki/Agricultura#Comienzo_de_la_agricultura); Acceso: 2016-09-19 19:20
- Wikipedia. (2016b). Barcelona. Retrieved July 4, 2016, from <https://es.wikipedia.org/wiki/Barcelona>; Acceso: 2016-07-04 16:25
- Wikipedia. (2016c). Encuesta. Retrieved May 19, 2016, from <https://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>; Acceso: 2016-05-19 17:20
- Wikipedia. (2016d). Quito. Retrieved July 4, 2016, from <https://es.wikipedia.org/wiki/Quito>; Acceso: 2016-07-04 15:45
- Zoido Naranjo, F. (2013). *Diccionario de urbanismo : geografía urbana y ordenación del territorio*. Madrid : Cátedra. Retrieved from [http://cataleg.upc.edu/record=b1429962~\\$1\\*cat](http://cataleg.upc.edu/record=b1429962~$1*cat)



## **Lista de Anexos**

## **ANEXOS**

Anexo 1: Levantamiento de comercios en los ejes comerciales de Mollet del Vallès  
Páginas de la 199 a la 214

Anexo 2: Análisis de las formas de las calles comerciales de Mollet del Vallès  
Páginas de la 215 a la 252

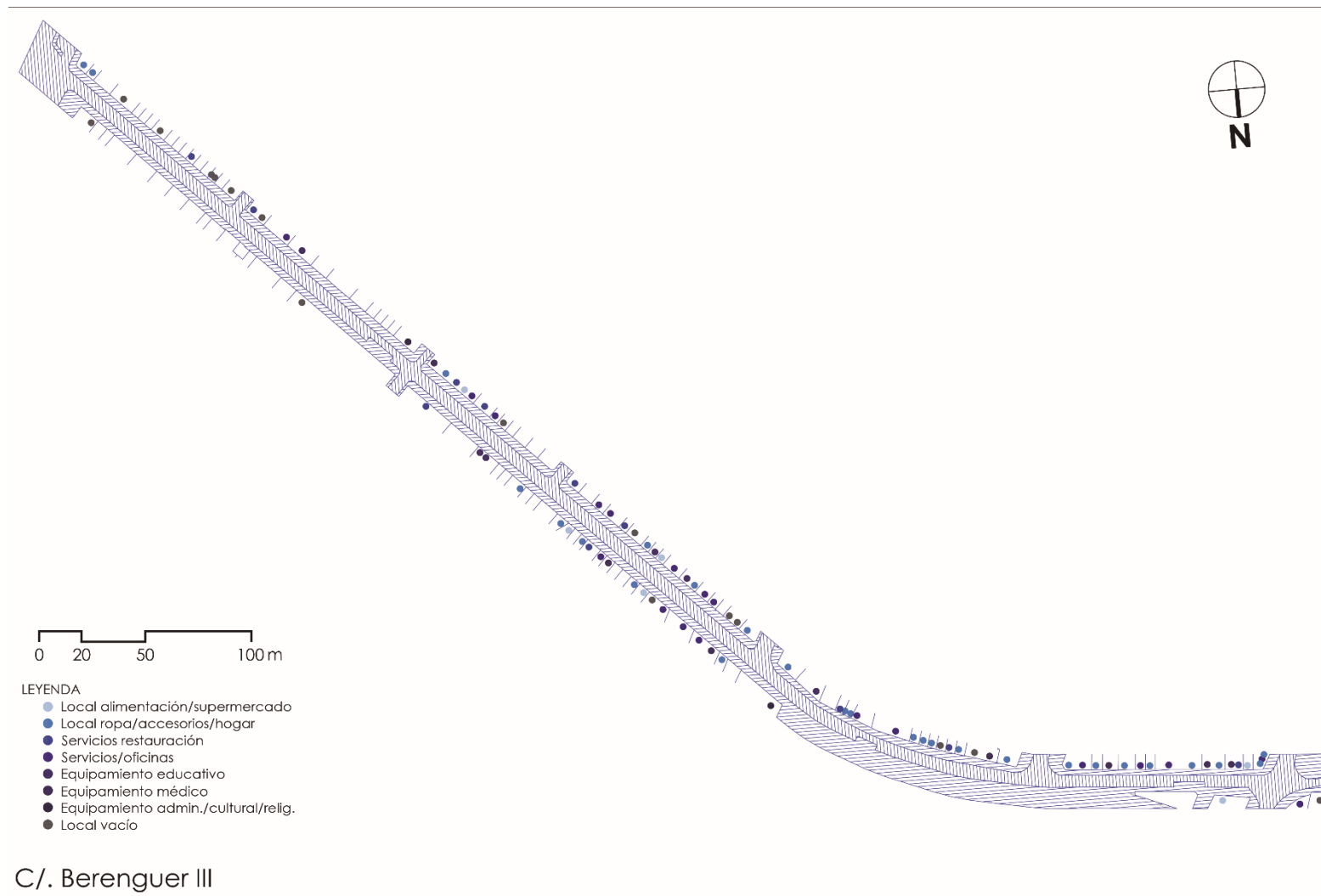
Anexo 3: Encuesta realizada entre junio y septiembre de 2016 a habitantes de Mollet del Vallès por redes sociales  
Páginas de la 253 a la 271



## **ANEXO 1**

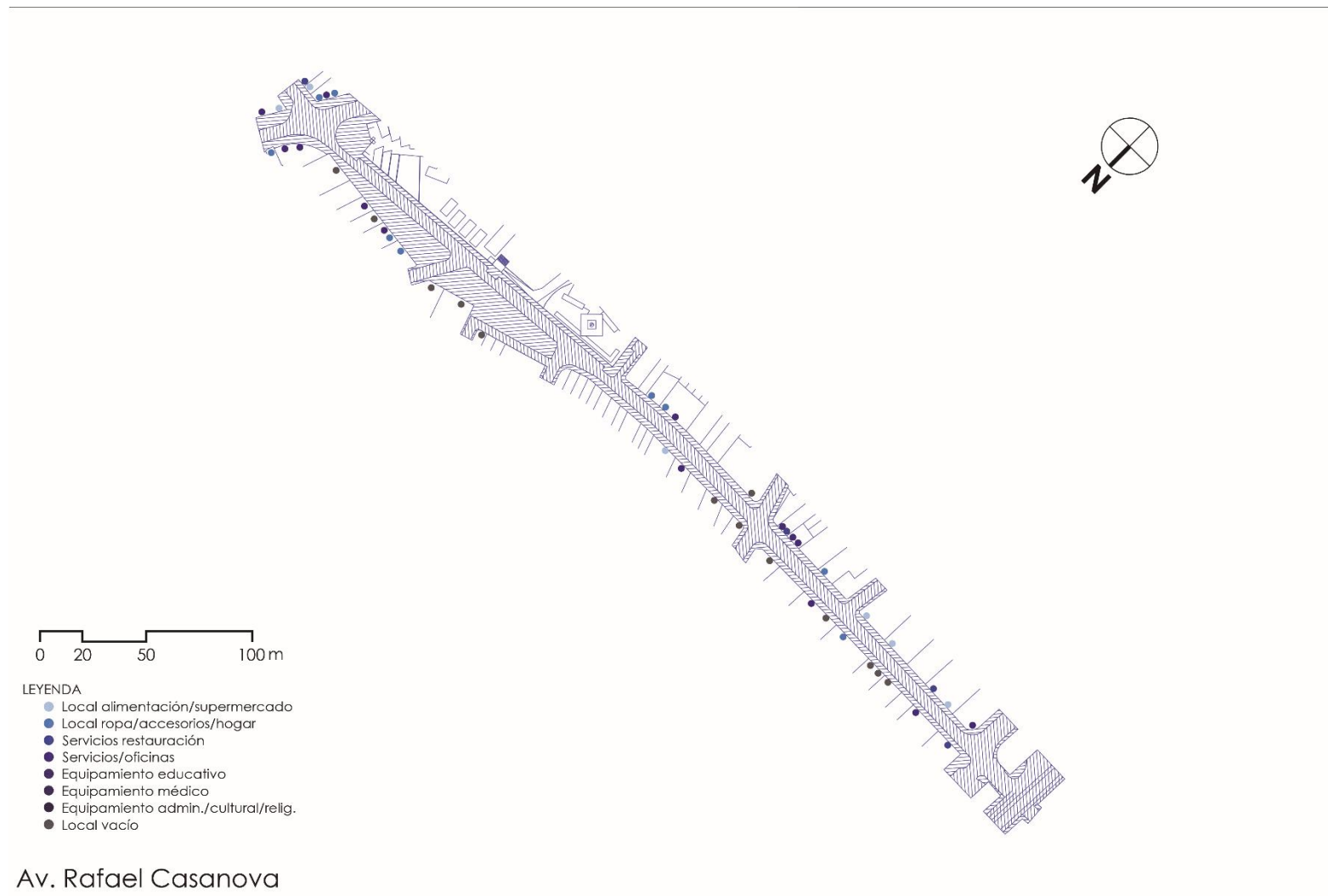
Levantamiento de comercios en los ejes comerciales de Mollet del Vallès





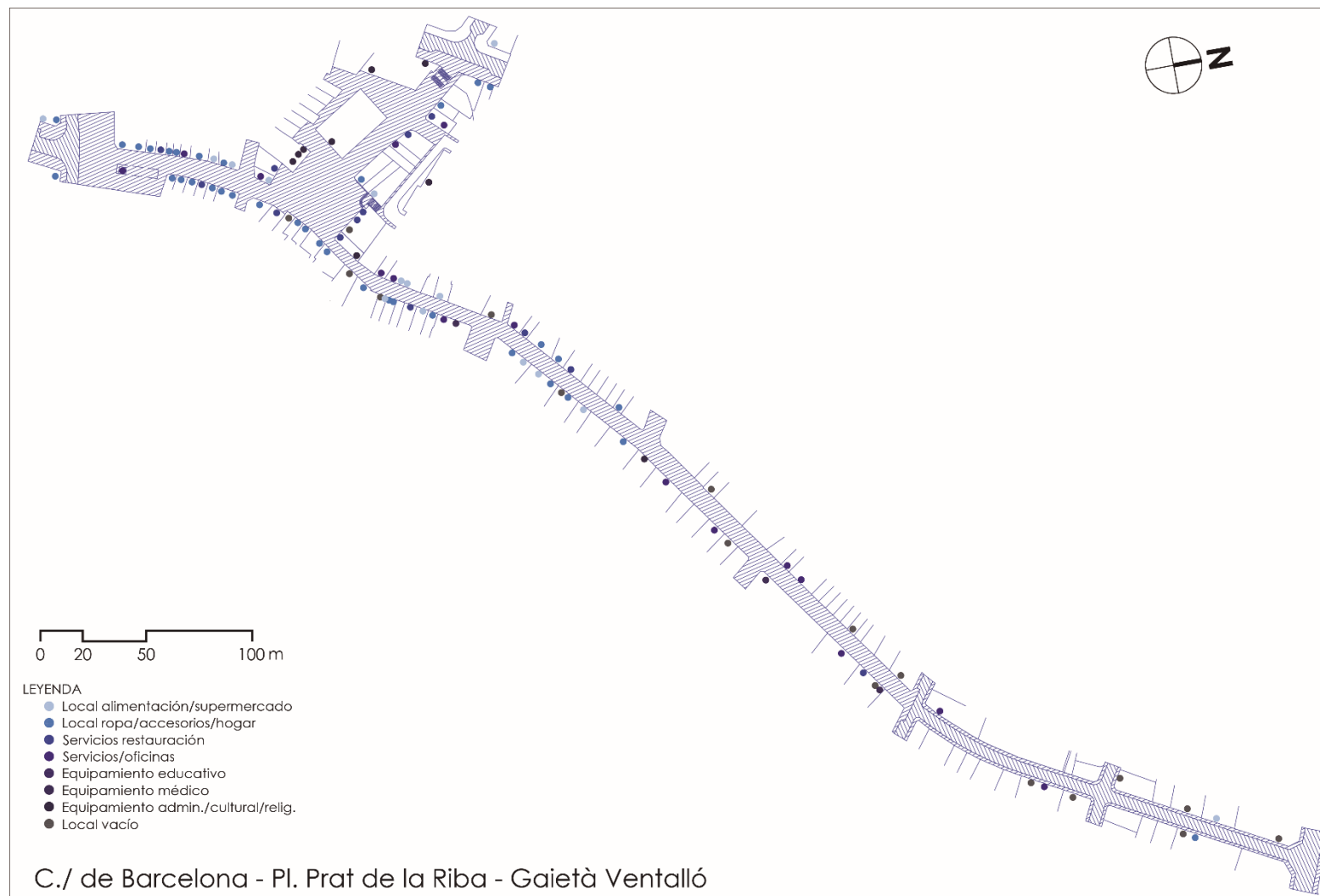
**Fig. 96: Comercios en la calle de Berenguer III.**

Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.



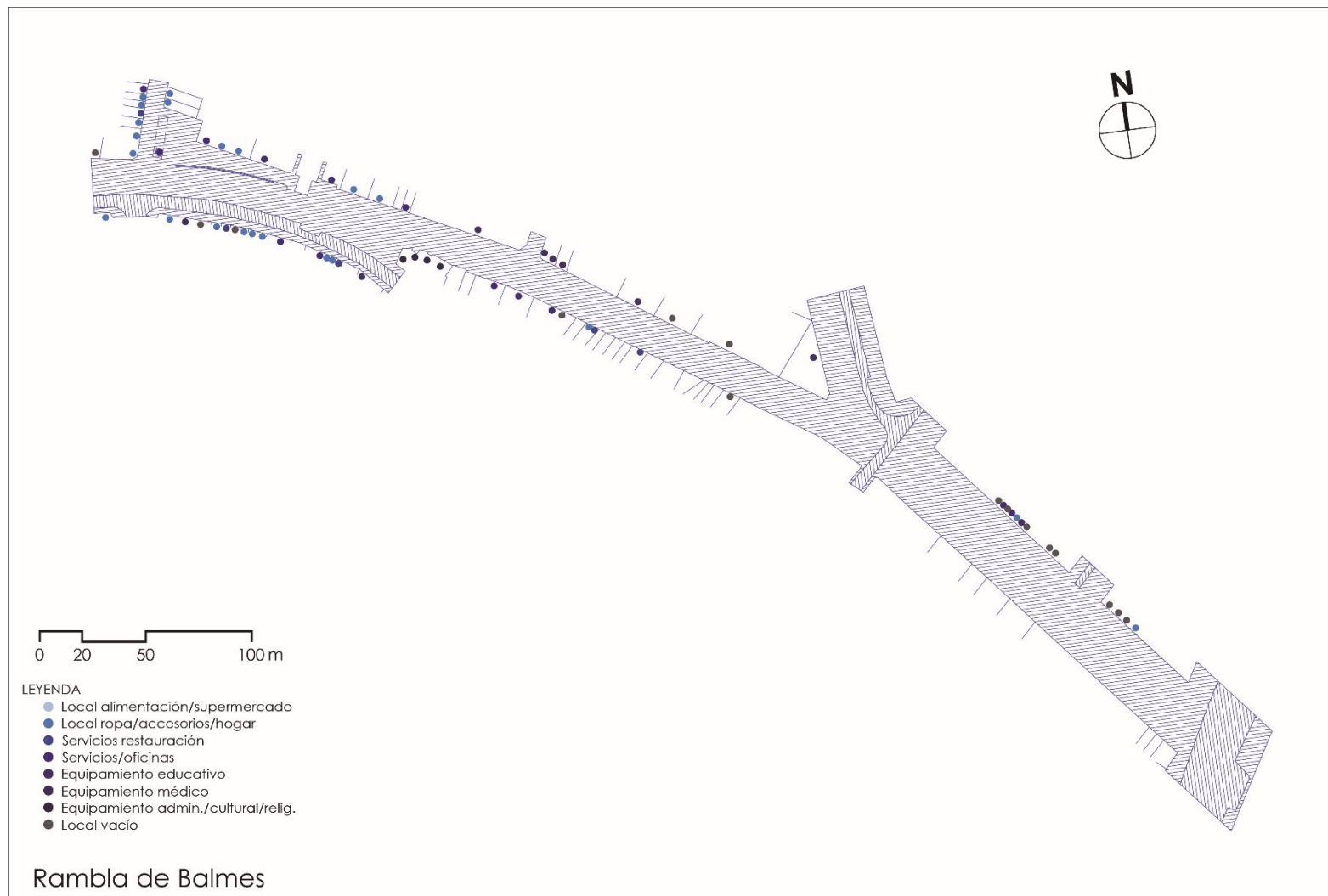
**Fig. 97: Comercios en la avenida de Rafael Casanova.**

Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.



**Fig. 98: Comercios en la calle de Barcelona, Gaietà Ventalló, Sant Vicenç y Plaça de Prat de la Riba.**

Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.



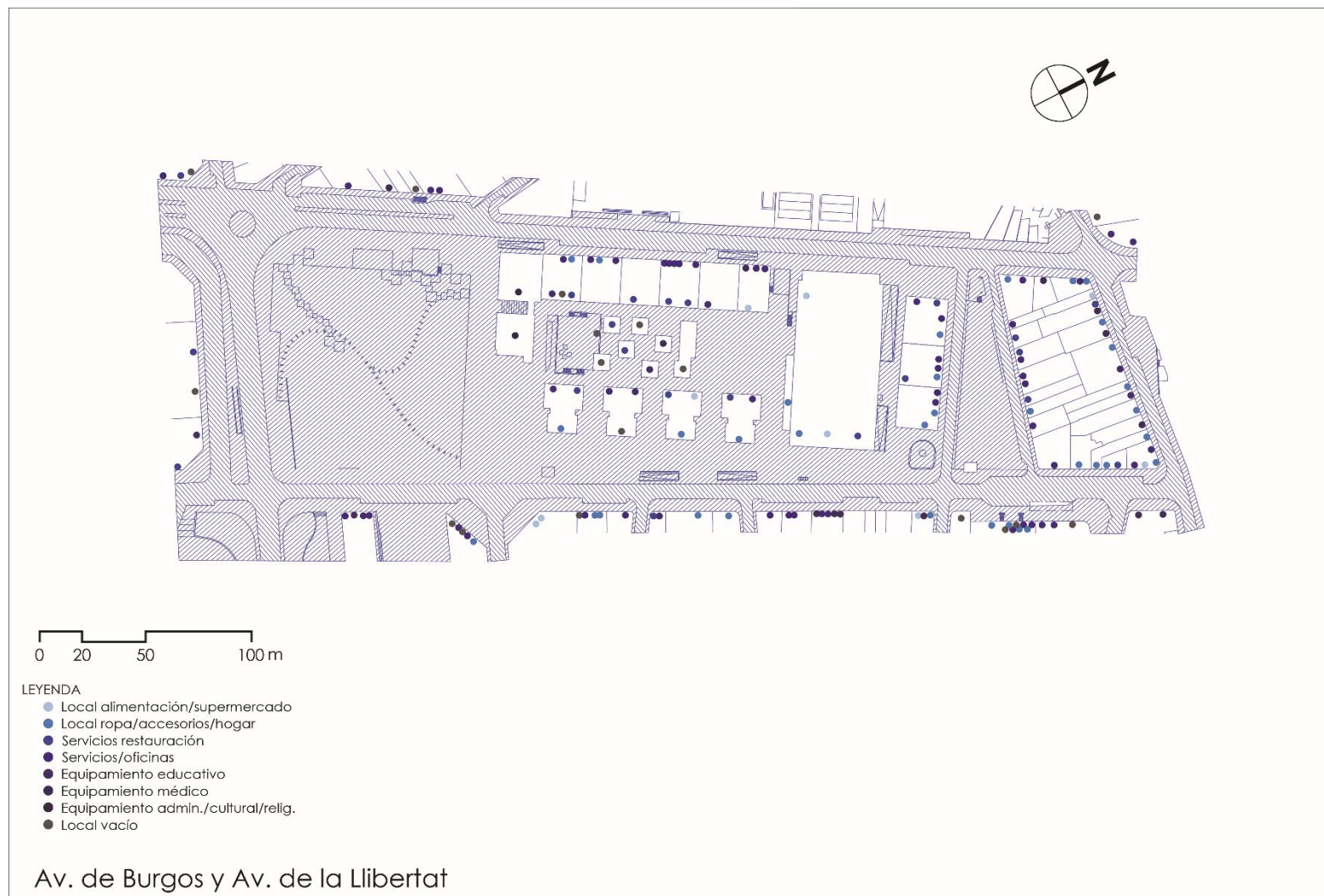
**Fig. 99: Comercios en la Rambla de Balmes.**

Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.



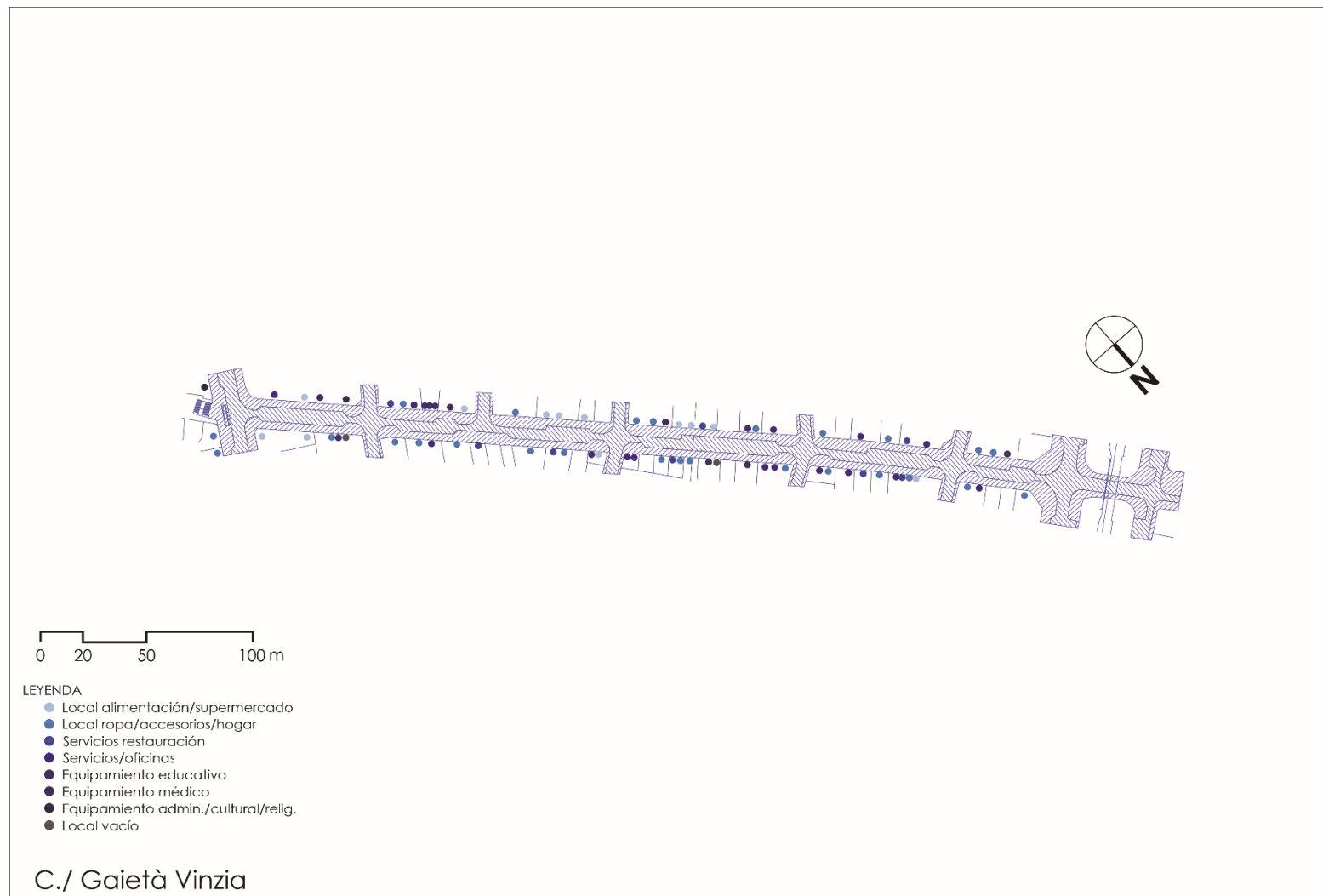
**Fig. 100: Comercios en la Rambla de Fiveller y Rambla Nova.**

Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.



**Fig. 101: Comercios en las avenidas de Burgos y de la Llibertat e Illa de Can Mulà.**

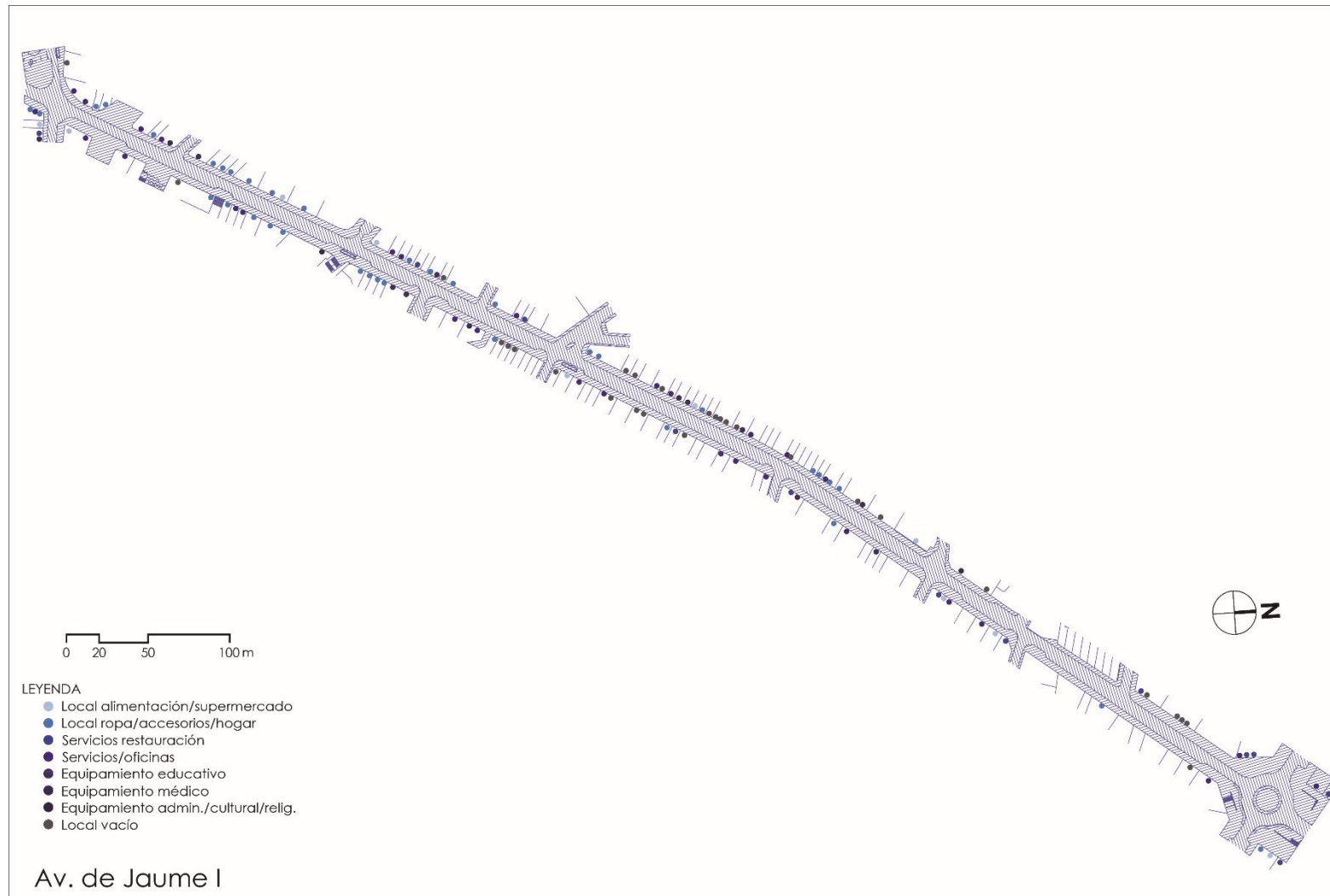
Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.



**Fig. 102: Comercios en la calle de Gaietà Vinzia.**

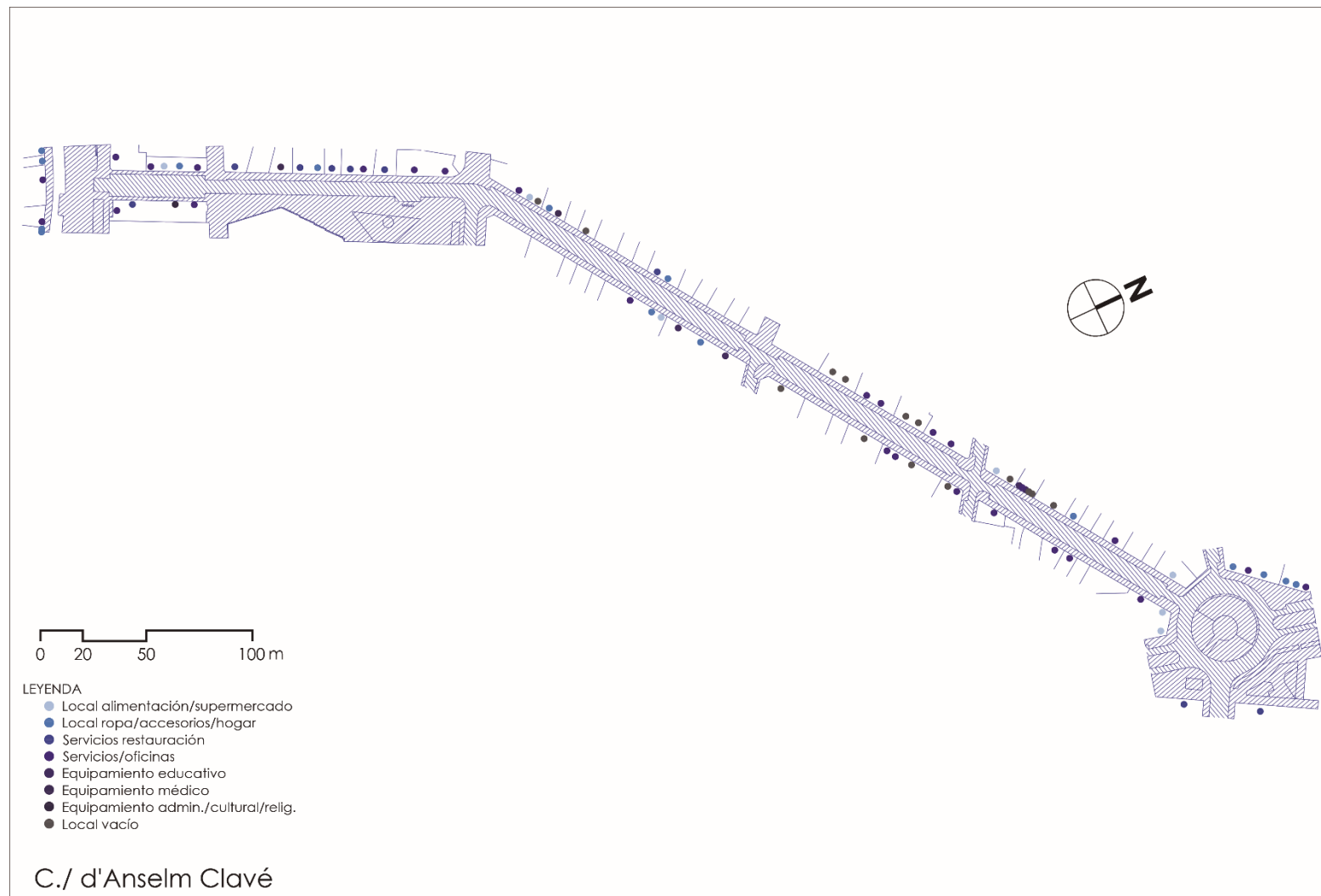
Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.





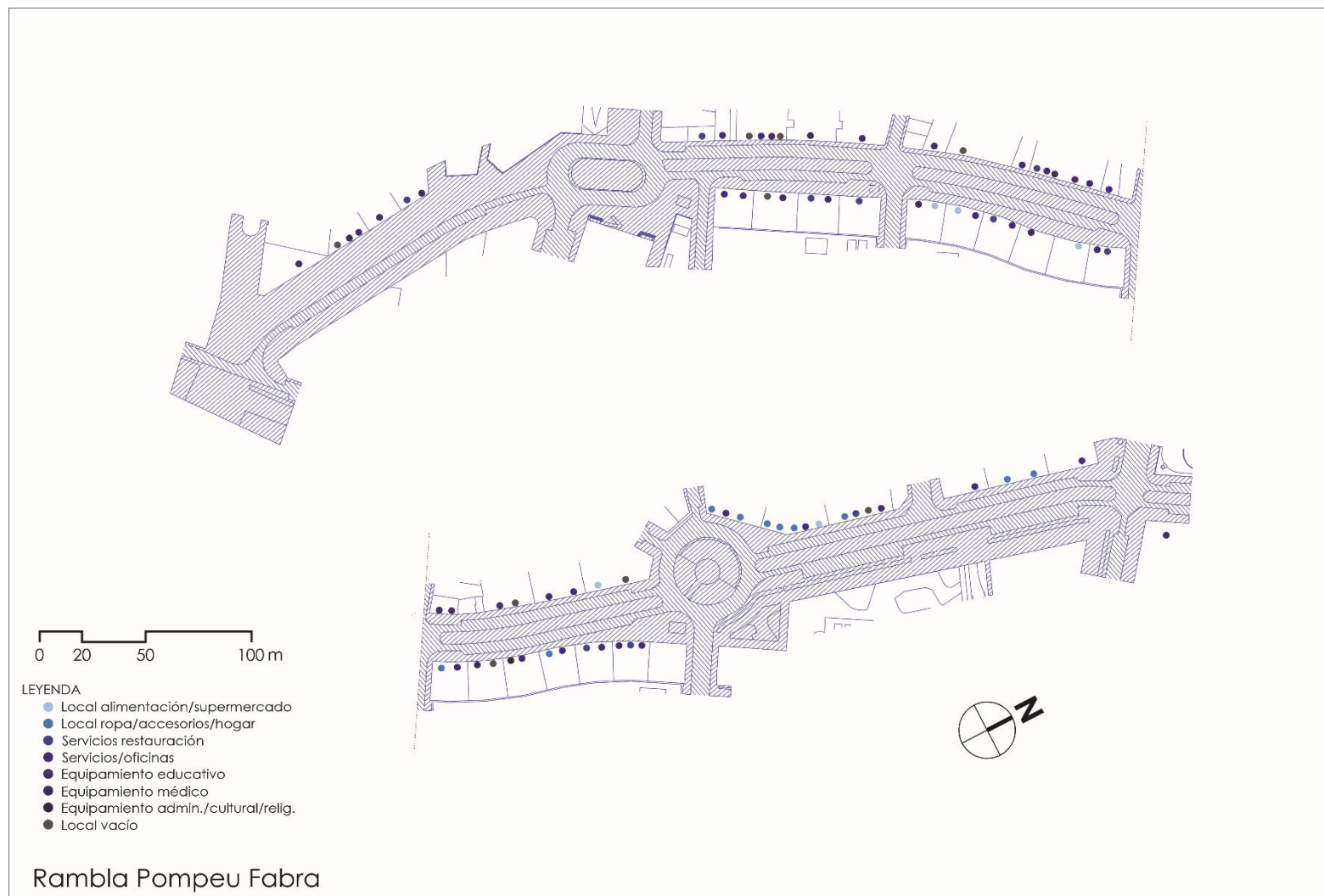
**Fig. 103: Comercios en la avenida de Jaume I.**

Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.



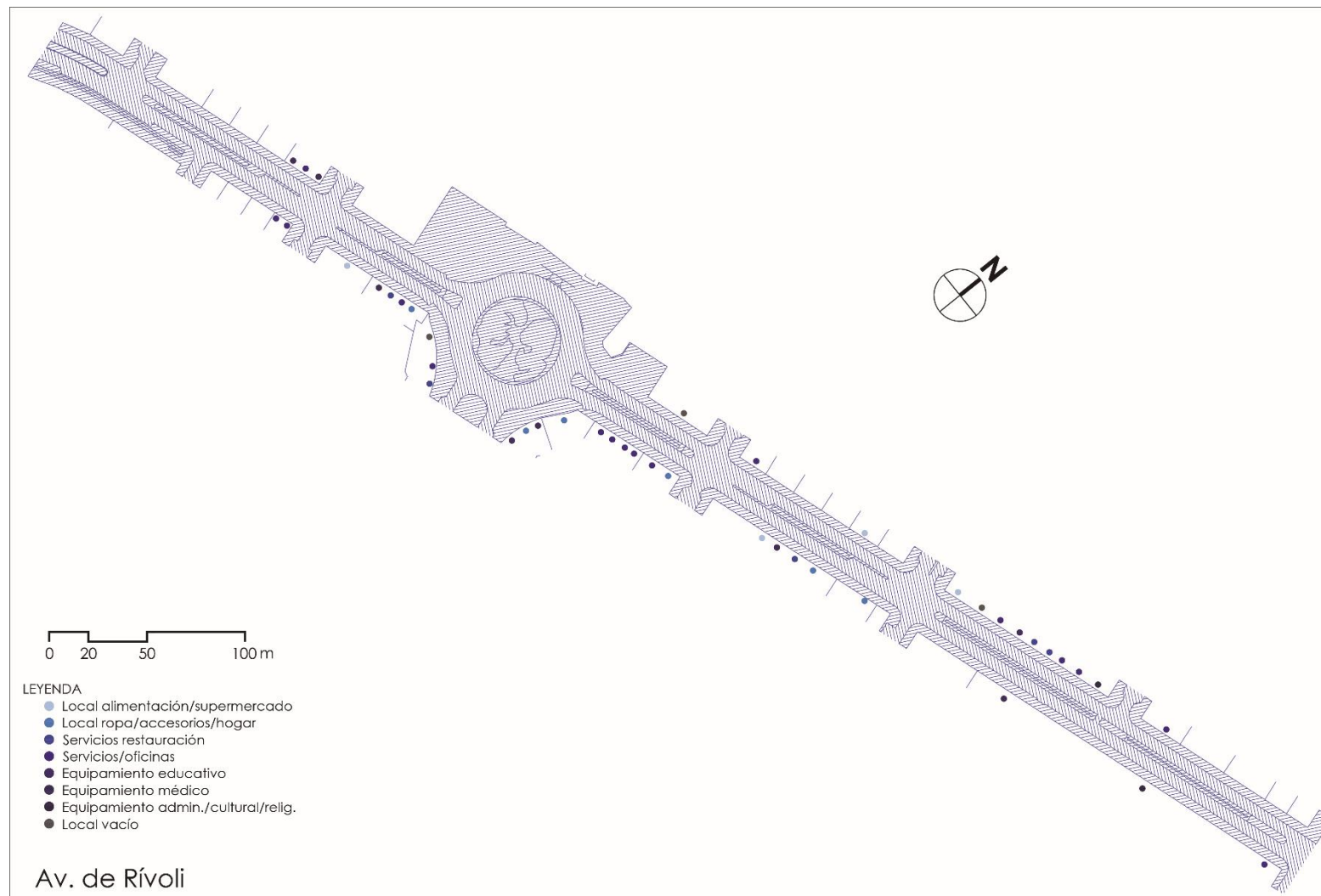
**Fig. 104: Comercios en la calle de Anselm Clavé.**

Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.



**Fig. 105: Comercios en la Rambla Pompeu Fabra.**

Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.



**Fig. 106: Comercios en la avenida de Rívoli.**

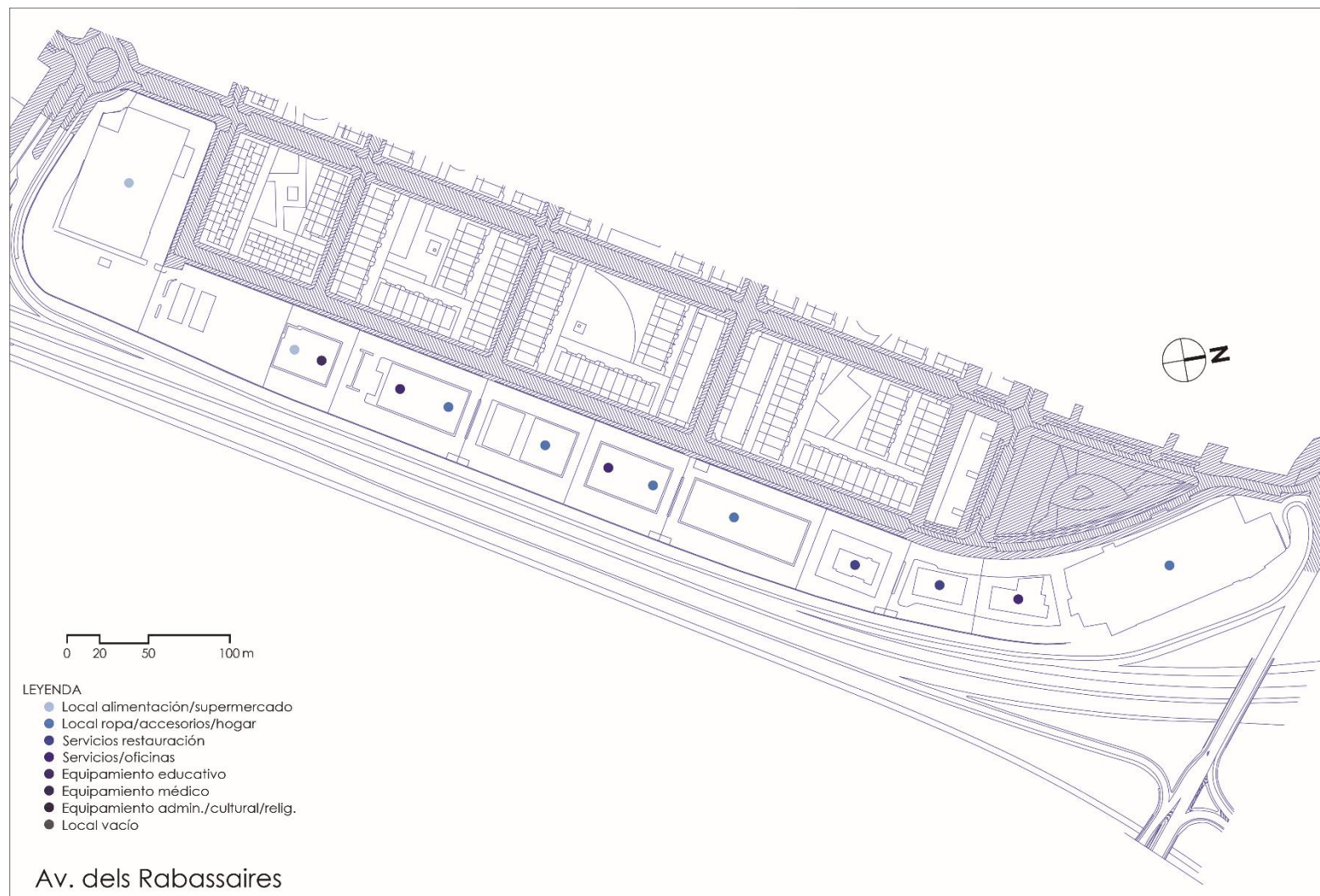
Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.



**Fig. 107: Comercios en la avenida de Caldes de Montbui.**

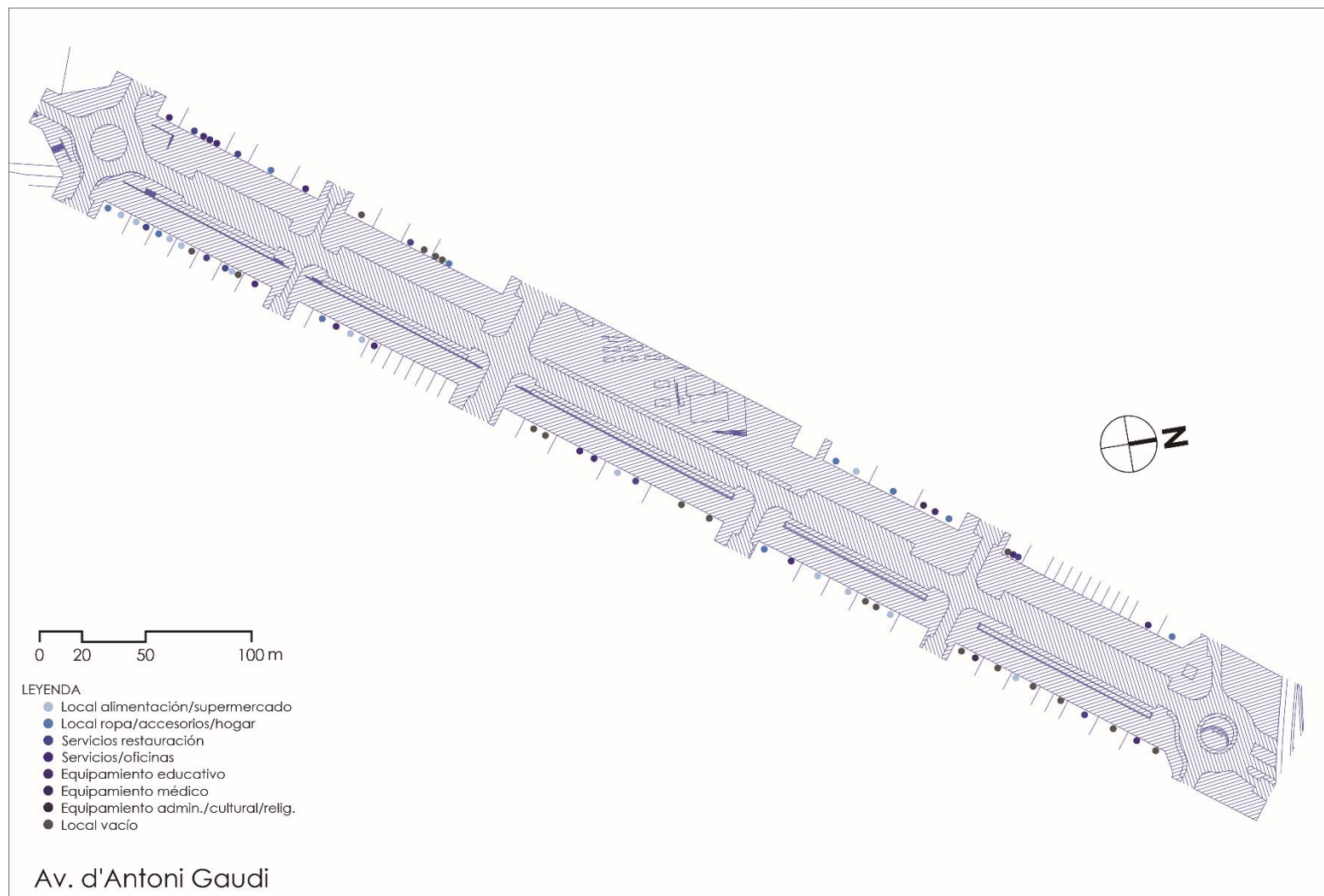
Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.





**Fig. 108: Comercios en la avenida dels Rabassaires.**

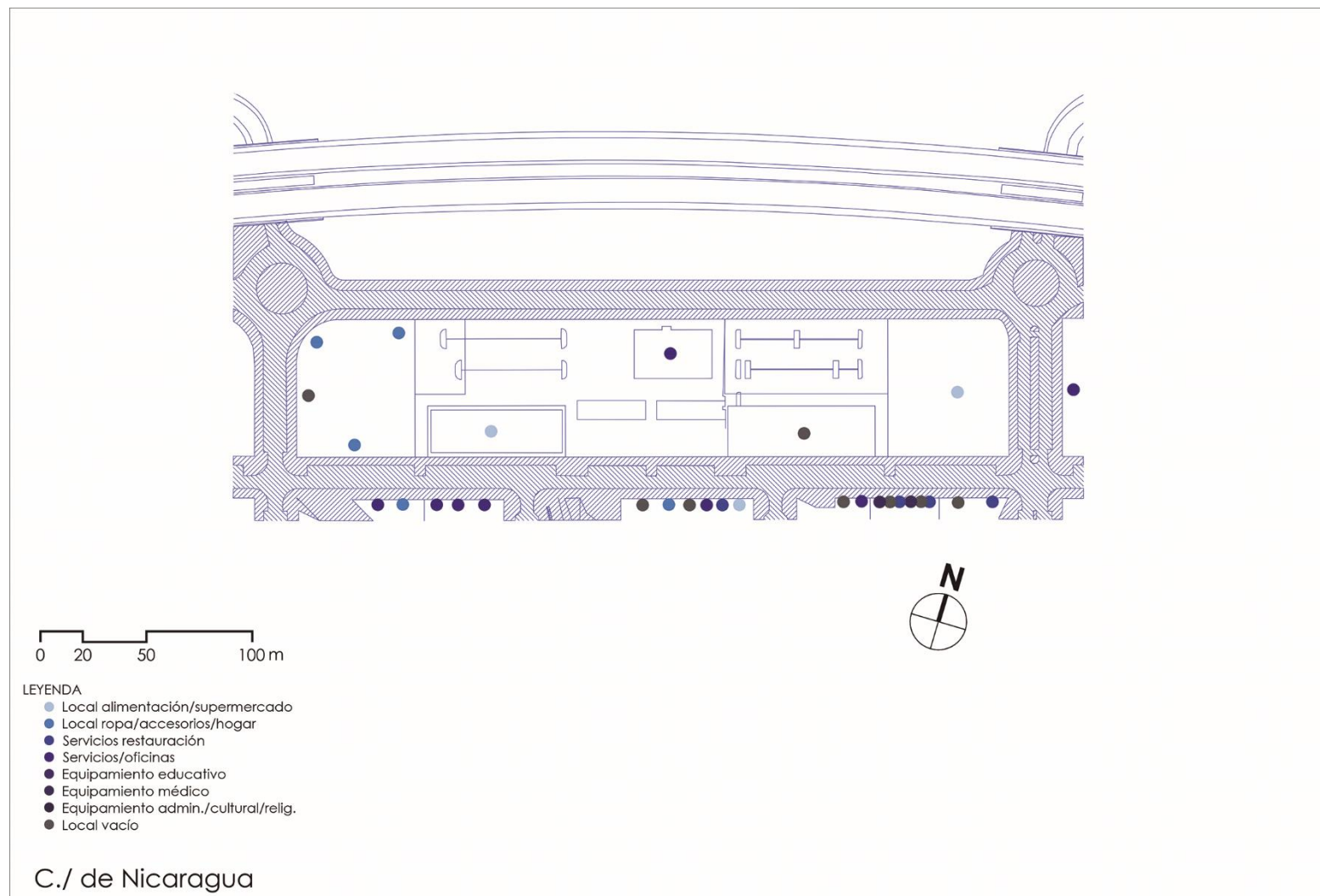
Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.



**Fig. 109: Comercios en la avenida de Antoni Gaudi.**

Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.





**Fig. 110: Comercios en la calle de Nicaragua.**

Fuente: Elaboración propia con datos del censo de comercio (2016) de Mollet Impulsa (Ayuntamiento), 2016.

## **ANEXO 2**

Análisis de las formas de las calles comerciales de Mollet del Vallès



**Fig. 111: Análisis de la Carrer de Berenguer III.**

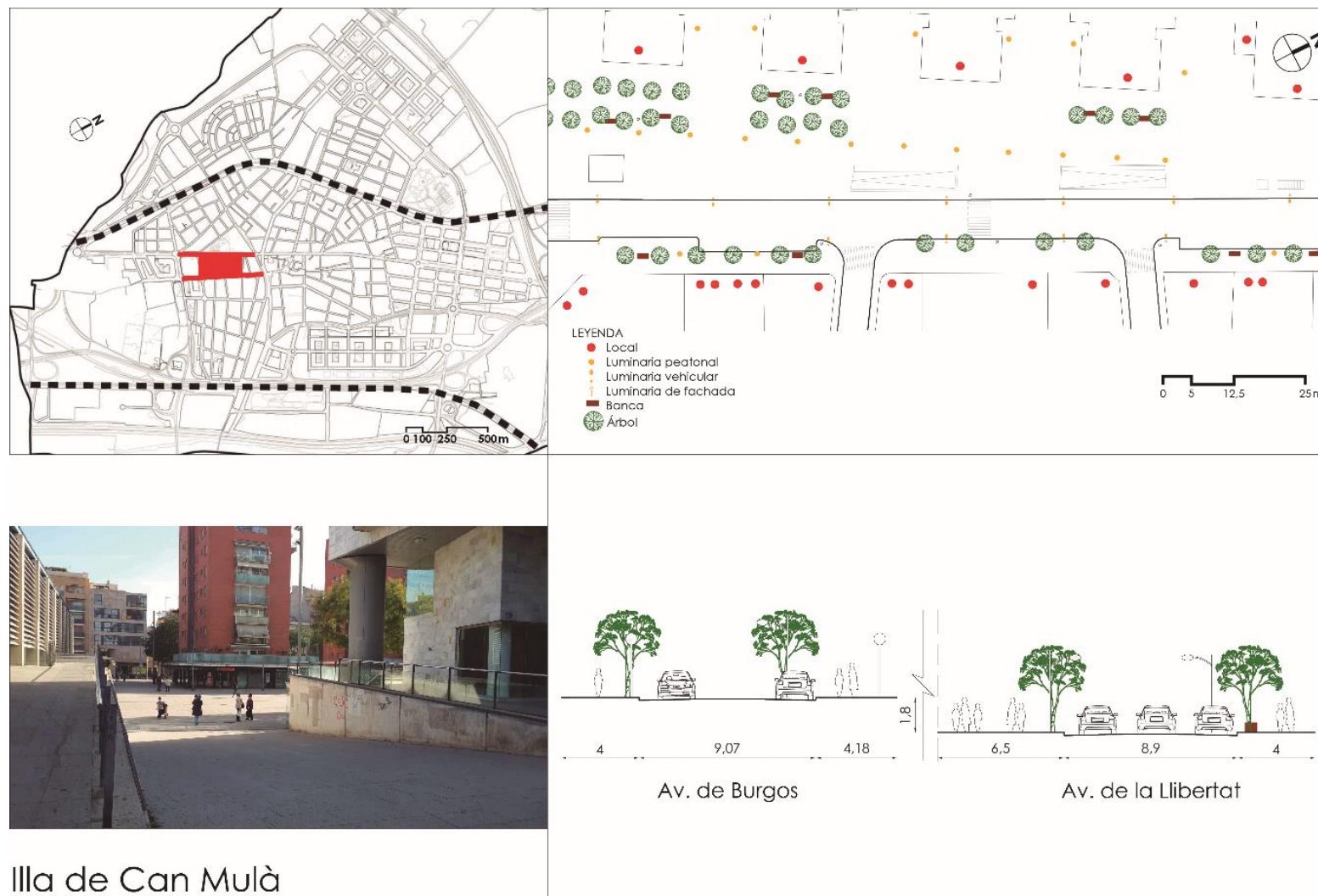
Fuente: Elaboración propia con fotografías de Google Street View, 2016.

### **EJE TIPO A: CARRER DE BERENGUER III**

La c./ de Berenguer III va desde la Ronda d'Orient, paralela a la línea de ferrocarriles de Barcelona a Portbou, hasta la Av. de Jaume I. Es la principal vía de conexión entre las dos estaciones de trenes de Mollet y tiene un constante flujo peatonal de gente que va y viene de la estación de Mollet-Sant Fost. Está completamente arborizada y posee una buena iluminación; además, por el tipo de luminaria empleada y su altura, está pensada para el peatón. A excepción de la cuadra más próxima a la Ronda d'Orient, toda la calle cuenta con una gran cantidad de locales comerciales en planta baja, siendo el primer uso más común en este eje.

El tejido de esta vía, con predios de poco frente y muy profundos, hacen pensar se trata del tipo suburbano, formado a lo larga de una importante vía de comunicación. Los edificios más nuevos parecen haber unificado varios predios antiguos; aun así, sus plantas bajas se encuentran fragmentadas, simulando la fragmentación del resto del tejido, adaptándose así para la ubicación de varios locales hacia la calle.

En cuanto a aceras, éstas tienen un ancho cómodo para la circulación peatonal, e incluso permiten la colocación de terrazas en algunos de los bares que se localizan en este eje; en cuanto a proporción de aceras, éstas representan más del 50% del ancho total de la vía y cuentan con bancos que invitan a quedarse. Se puede intuir, entonces, que esta calle tiene un diseño que parece privilegiar la circulación peatonal por encima de la vehicular. Esto podría justificar la gran cantidad de locales comerciales y de servicios que se localizan sobre esta calle, incluido el mercado itinerante semanal.



## Illa de Can Mulà

**Fig. 112: Análisis de la Illa de Can Mulà (Av. de Burgos y Av. de la Llibertat).**

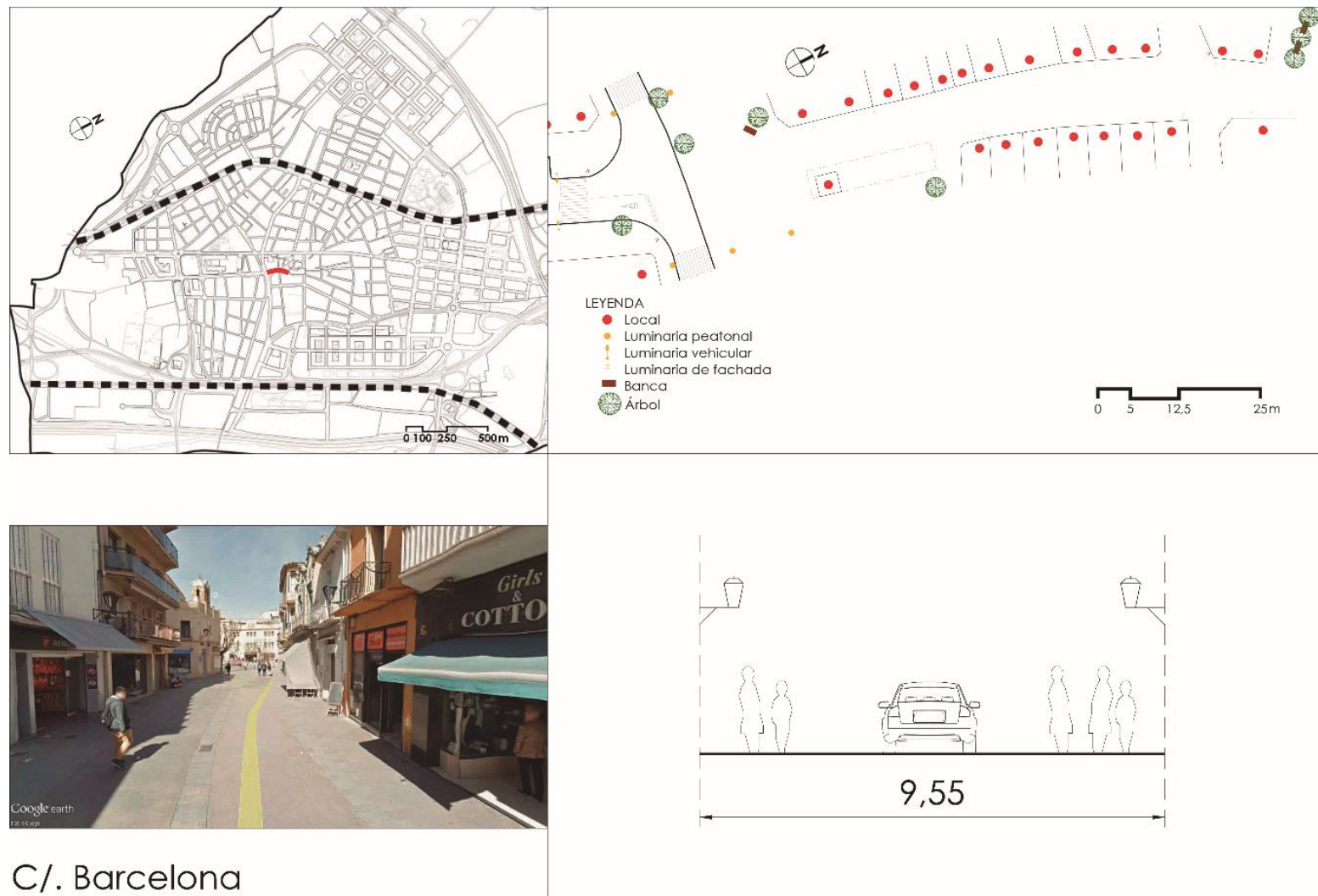
Fuente: Elaboración propia, 2016.

## **EJE TIPO A: AVINGUDA DE LA LLIBERTAT (ILLA DE CAN MULÀ)**

La Av. de la Llibertat va desde la c./ de Martí l'Humà, al sur de la ciudad, hasta la c./ de Berenguer III. Es la continuación sur de la c./ de Barcelona y la vía que pone en contacto la Plaça de Prat de la Riba, antiguo centro de la ciudad, con la Illa de Can Mulà, nuevo centro administrativo desde fin del siglo XX. Está completamente arborizada y posee una buena iluminación que combina postes altos (vehiculares) con otros más bajos (peatonales). La mayor parte de los locales en planta baja a lo largo de este eje se ubican en o frente a la Illa. Es también la principal vía de acceso a la Illa y a los locales al interior de la misma, al estar en la misma cota que la Plaça Major. En las manzanas próximas a esta vía se pueden encontrar los edificios más altos de Mollet, incluidos aquellos que están dentro de Can Mulà. Los locales en planta baja son grandes, de más frente que profundidad, a diferencia que los de la c./ de Berenguer III.

En cuanto a aceras, éstas tienen un ancho cómodo para la circulación peatonal, contando también con un mayor ancho a la altura de la Illa. No tiene muchas terrazas, ya que la mayoría de estas se colocan en la Plaça Major, al interior de Can Mulà, aprovechando el carácter más íntimo de la plaza. Las aceras representan más del 50% del ancho total de la vía y cuentan con bancos. Se puede intuir, entonces, que esta calle tiene un diseño que parece privilegiar la circulación peatonal por encima de la vehicular; puede ser también la razón por la que esta calle es una de las que acogen el mercado itinerante de la ciudad, por su cercanía al mercado municipal y por su anchura.





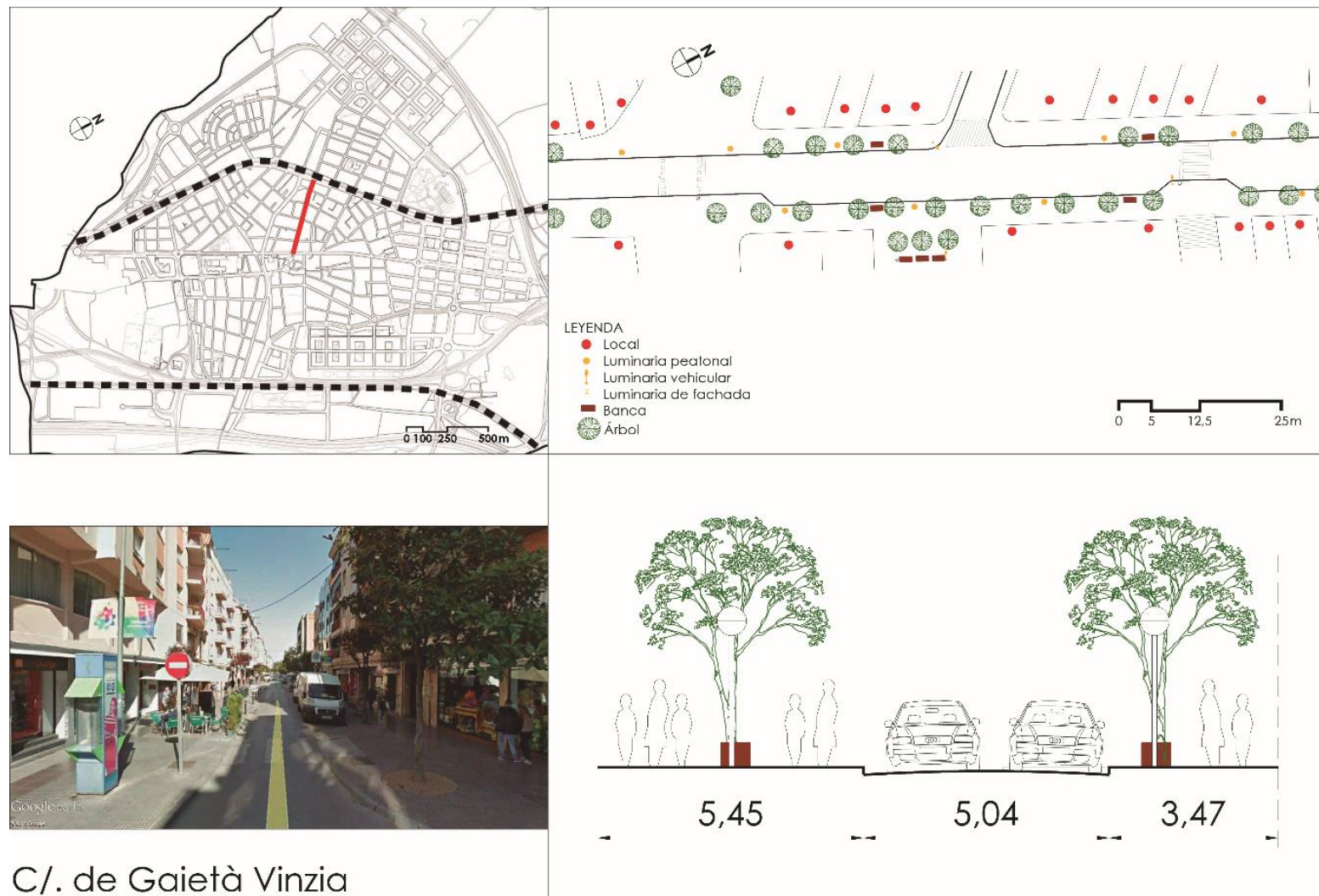
**Fig. 113: Análisis de la c./ de Barcelona.**

Fuente: Elaboración propia con fotografías de Google Street View, 2016.



## **EJE TIPO A: CARRER DE BARCELONA**

La c./ de Barcelona va desde la Plaça de Catalunya hasta la Plaça de Prat de la Riba. Es el eje central de Mollet y una de las calles donde se lleva a cabo el mercado itinerante. No está arborizada, pero conecta dos espacios que sí lo están, la Rambla de Balmaes-Plaça de Catalunya y la Plaça de Prat de la Riba. Es una calle peatonalizada, en la que la circulación vehicular se restringe a los vecinos y al abastecimiento de los locales que se colocan a lo largo de ella. Está bien iluminada, con luminarias sujetas a las fachadas de los edificios, de manera que no hay ningún elemento que impida la libre circulación. En esta calle, las plantas bajas son 100% comerciales. El tejido de esta vía es de tipo suburbano, de predios colocados a lo largo de un camino, ya que es una de las más antiguas del núcleo; sobre la Plaça de Prat de la Riba se ubican el antiguo edificio del Ayuntamiento (ahora el Registro Civil) y el Mercat Vell. La fragmentación del tejido permite que existan muchos locales comerciales, pese a lo pequeña que es la vía. En cuanto a mobiliario urbano, existen bancos tanto en la rambla como en ambas plazas, más no en la calle. A pesar de no tener en sí misma arborización o mobiliario, se puede decir que sí privilegia el uso peatonal por encima de la vehicular. Se puede intuir también que la peatonalización de la calle responde al gran flujo de personas a pie que van a los locales, siendo estos los probables causantes de que se haya optado por este diseño de la vía. Esta vía es, también, sede del mercado itinerante semanal.



**Fig. 114: Análisis de la c./ de Gaietà Vinzia.**

Fuente: Elaboración propia con fotografías de Google Street View, 2016.

## **EJE TIPO A: CARRER DE GAIETÀ VINZIA**

La c./ de Gaietà Vinzia va desde la Av. de Jaume I hasta la Vía de Ronda, paralela a la línea de ferrocarriles de Barcelona a Puigcerdà. Es la principal vía de conexión entre el centro de la ciudad y los barrios de Santa Rosa, La Plana Lledó y Can Borrell. Es también, junto a la Rambla Nova, la vía de paso obligada de quienes quieren ir desde el centro de la ciudad hasta el Espacio Natural de Gallecs. Está arborizada y posee buena iluminación con luminarias tipo “chupa chups”, que parecen pensadas para enfatizar el uso peatonal. De hecho, este tipo de luminarias son muy frecuentes en el núcleo central de la ciudad.

La calle cuenta con una gran cantidad de locales comerciales, tanto de venta de bienes como de servicios en los que priman los de restauración. Esta vía parece pertenecer a un tejido de ensanche; sin embargo, los locales de planta baja simulan la fragmentación de un tejido suburbano, siendo estos de poco frente y muy profundos, probablemente para aprovechar el frente de la vía con la mayor cantidad posible de comercios. Existen excepciones, como un local de supermercado que, por sus características y diseño, requieren de mayor superficie.

En cuanto a aceras, éstas tienen una característica particular. Están diseñadas de tal manera que crean espacios de aparcamiento, aumentando su anchura en las esquinas para garantizar cruces peatonales más seguros. Las aceras representan más del 60% del ancho total de la vía y, junto con los bancos, invitan tanto al tránsito como a la estancia de peatones. Es, también, otra de las calles donde se ubica el mercado itinerante, en las dos cuadras más próximas a la Av. de Jaume I. Se puede intuir que esta calle tiene un diseño que también parece privilegiar la circulación peatonal por encima de la vehicular.



**Fig. 115: Análisis de la Av. de Rafael Casanova.**

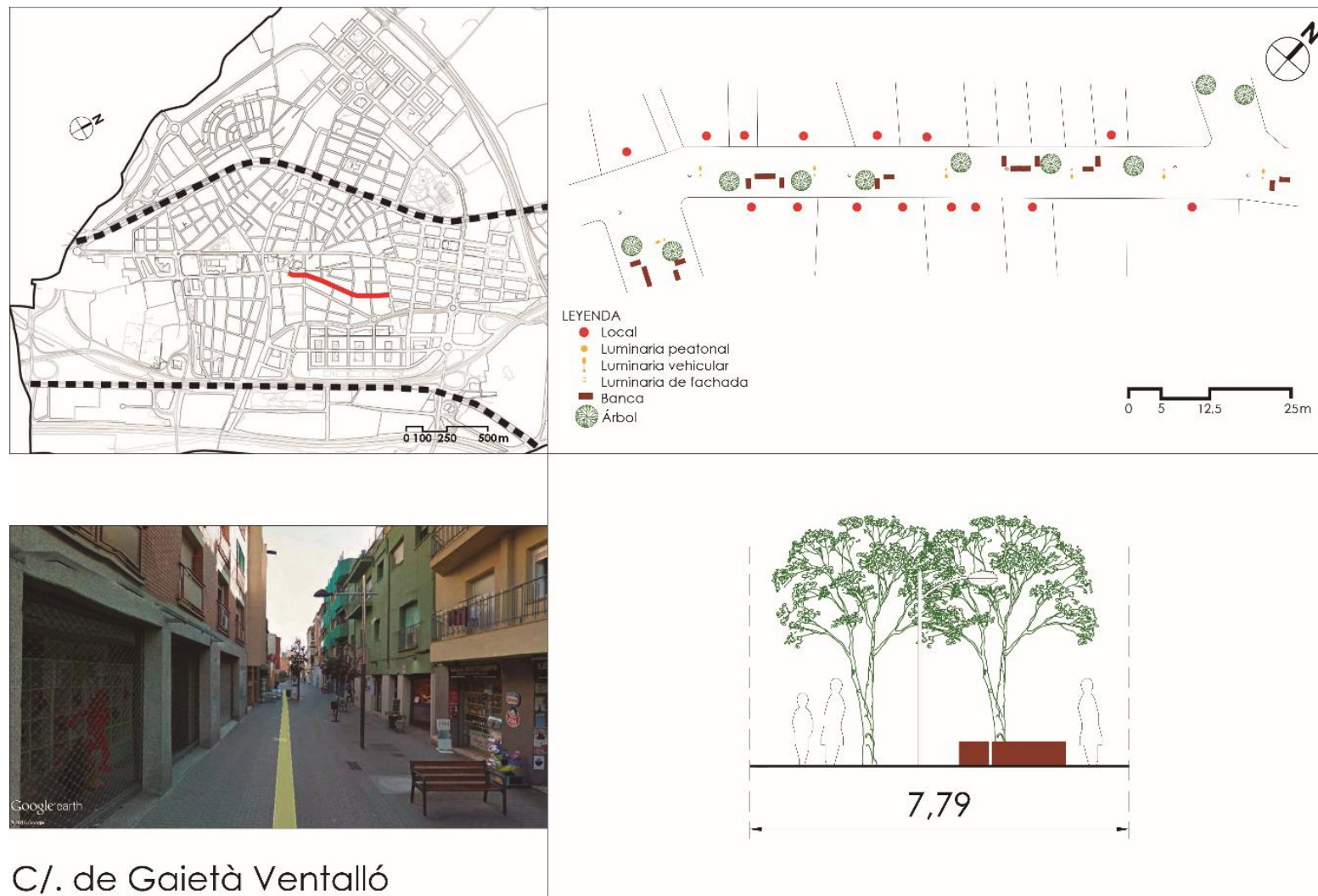
Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.

## **EJE TIPO B: AVINGUDA DE RAFAEL CASANOVA**

La Av. de Rafael Casanova va desde la Av. de Jaume I hasta la Vía de Ronda, paralela a la línea de ferrocarriles de Barcelona a Puigcerdà. Es la continuación de la calle de Berenguer III y llega hasta la estación de Mollet Santa Rosa. Por causa de los continuos retrasos de los trenes que circulan por esta vía, menos usuarios toman el tren en esta estación y, por tanto, hay un menor flujo peatonal a la misma. Está completamente arborizada, pero no cuenta con buena iluminación ya que las luminarias, del mismo tipo que las de la calle Berenguer III, están más distanciadas entre sí. En esta calle, la mayor parte de las plantas bajas se dedican a vivienda ya que aún se conservan muchas de las antiguas casas suburbanas con patios frontales. El tejido de esta vía es también de tipo suburbano, aunque cuenta con varios edificios más modernos (de mediados del siglo XX), que no siempre tienen uso comercial en planta baja o los locales están cerrados sin ninguna actividad.

En cuanto a aceras, éstas son estrechas, aunque permiten un flujo peatonal constante. La proporción de aceras representa un poco menos del 50% del ancho total de la vía. Parecería que esta calle no es tan amigable con el peatón como la Berenguer III, aunque no existen barreras para la circulación, tampoco hay mobiliario urbano que invite a la permanencia. Esto podría justificar que no existan muchos locales comerciales y que una gran parte de los que hay se encuentren vacíos, ya que no son atractivos por la menor cantidad de personas circulando.





**Fig. 116: Análisis de la c./ de Gaietà Ventalló.**

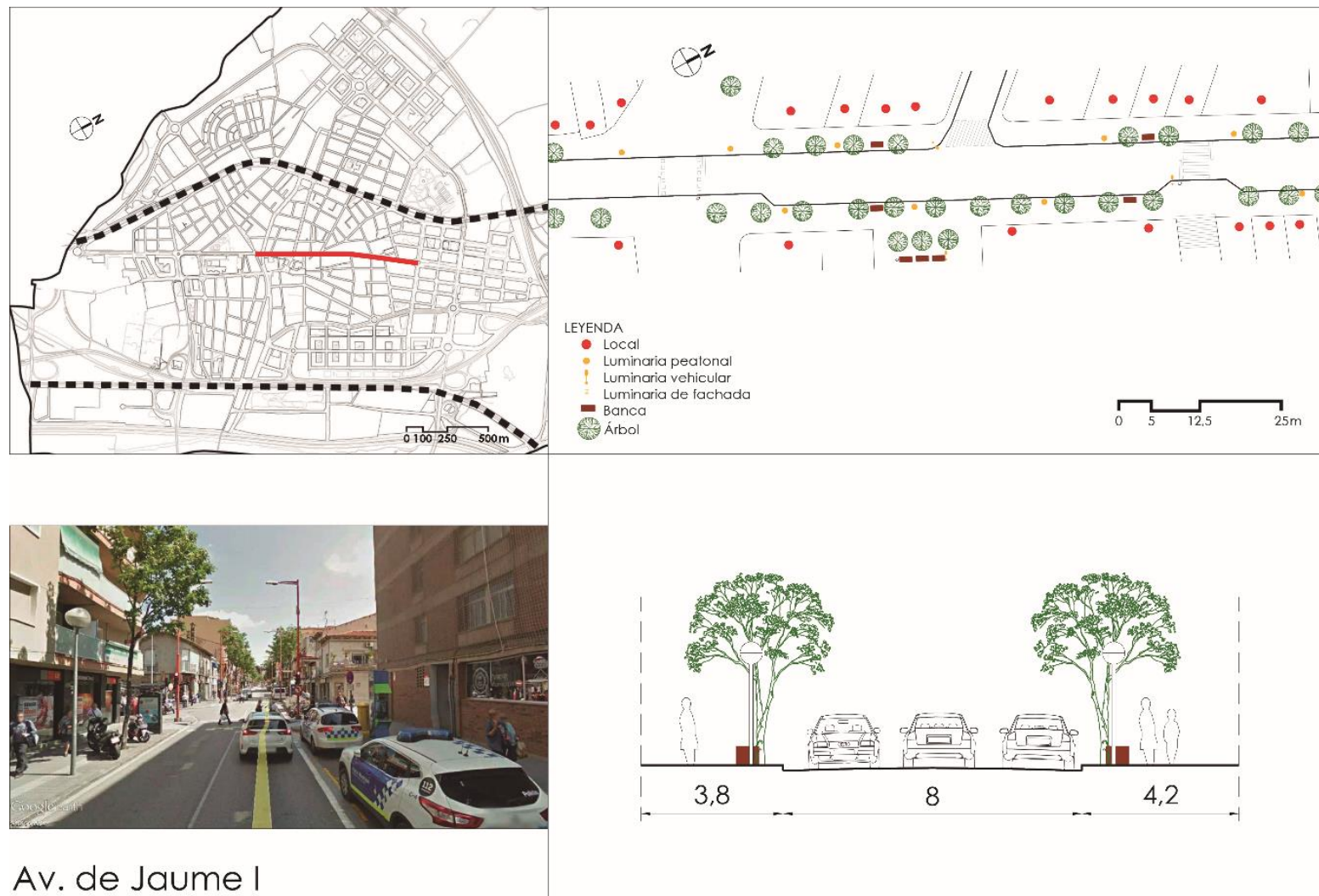
Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.

## **EJE TIPO B: CARRER DE GAIETÀ VENTALLÓ**

La c./ de Gaietà Ventalló va desde la Plaça de Prat de la Riba hasta la c./ del Carme. Es la continuación, hacia el norte, de la c./ de Barcelona. Está arborizada entre la Baixada de Can Rota y la c./ del Sol, donde la calle pierde su carácter peatonal. Posee buena iluminación y mobiliario y un espacio cómodo para la circulación peatonal. Sin embargo, entre la c./ del Sol y la c./ del Carme, cuando la calle adopta un carácter más vehicular, las aceras se estrechan y pierde, incluso, la designación como eje comercial, disminuyendo notablemente la cantidad de plantas bajas con uso comercial. Esta vía fue, también, una de las primeras de la ciudad, por lo cual es posible apreciar un tejido de formación suburbana, con predios de poco frente y muy profundos. La fragmentación del tejido, y de algunas plantas bajas, permite también un mayor número de locales.

La peatonalización de la calle podría responder al gran flujo de personas a pie que van a los locales, siendo estos los probables causantes de que se haya optado por este diseño de la vía, al menos hasta la c./ del Sol. Pasada esta intersección, el énfasis cambia a la circulación vehicular, con unas aceras que ocupan apenas el 36% del ancho de la vía. En esta calle es posible, también, apreciar la caída de la influencia del núcleo central, en cuanto a intensidad comercial, y el cambio en la política de planificación de la calle como resultado de este fenómeno.





**Fig. 117: Análisis de la Av. de Jaume I.**

Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.

## AVINGUDA DE JAUME I

La Av. de Jaume I va desde la calle de Berenguer III hasta la calle d'Enric Morera. Esta avenida era la antigua carretera nacional, por lo que tiene, incluso hoy, un fuerte flujo vehicular ya que por ella pasan los autobuses que conectan a Mollet con Barcelona y con las demás ciudades circundantes como La Llagosta, Montcada i Reixac, Sanf Fost, entre otras. Está completamente arborizada y posee una buena iluminación que combina postes peatonales con postes vehiculares, más altos. El uso prioritario en planta baja de este eje es el comercial, aunque algunos locales se encuentran cerrados; de cualquier manera, el uso comercial es el más común. El tejido de esta vía es de tipo suburbano, aunque al pasar el casco antiguo tiende a convertirse más en un tejido de ensanche. Los edificios más nuevos, al igual que en la calle Berenguer III, poseen plantas bajas fragmentadas, simulando la fragmentación del tejido suburbano, permitiendo más locales hacia la calle.

En cuanto a aceras, éstas tienen un ancho cómodo para la circulación peatonal, con una particularidad, que se ensancha y estrecha, formando bahías de parqueo y permitir un cruce peatonal seguro; en cuanto a proporción de aceras, estas representan apenas menos del 50% del ancho total de la vía y cuentan con bancos que invitan a quedarse. Al parecer, entonces, esta calle cuenta con un diseño equilibrado en cuanto a un uso peatonal y vehicular, por lo que los locales comerciales se beneficiarían tanto de los viandantes como de los usuarios de coches.



**Fig. 118: Análisis de la c./ d'Anselm Clavé.**

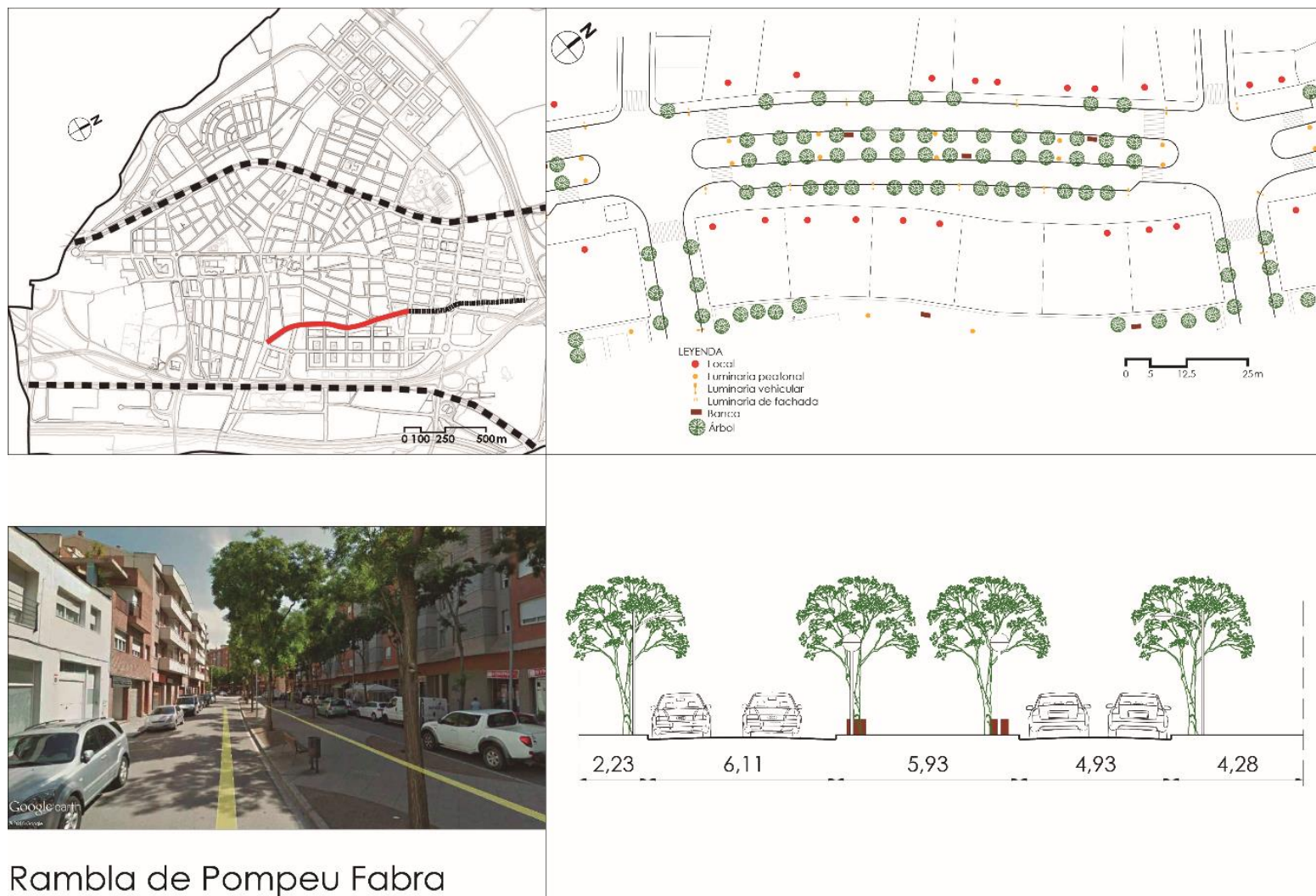
Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.

## **EJE TIPO B: CARRER D'ANSELM CLAVÉ**

La c./ d'Anselm Clavé va desde la c./ de Berenguer III hasta la Plaça de Sant Vicenç, una rotonda donde convergen 5 vías, entre las cuales está también la Rambla Pompeu Fabra. Como particularidad de esta calle puede mencionarse la gran cantidad de bares y restaurantes con sus terrazas no en la acera, sino en el Pla de les Pruneres, más cercano al núcleo central antiguo (Plaça de Prat de la Riba). Es una vía que mantiene una intensidad comercial más o menos constante. Está arborizada, con una iluminación más bien vehicular al alejarse del parque, con lámparas tipo reflector enfocadas hacia la calzada. Los predios a lo largo de este eje poseen una particularidad, son estrechos y profundos en la acera occidental (más próxima al centro) y de ancho y profundidad más homogénea en la acera opuesta. Esto se debe a que los predios occidentales son más antiguos, de formación suburbana, mientras que los orientales pertenecen a ensanches posteriores. Sin embargo, los locales mantienen, en su mayoría, una forma estrecha en el frente y de mayor profundidad, lo que permite intuir que esta disposición favorece el comercio en la ciudad.

En cuanto a aceras, éstas apenas tienen un ancho cómodo para la circulación peatonal, ya que representan solamente del 41% del ancho total de la vía y cuenta con bancos, pese a que si posee basureros. Por esto, es posible intuir que es una vía que permite una cómoda circulación peatonal, pero no la privilegia, ya que no existe un mobiliario adecuado para el descanso de los viandantes.





## Rambla de Pompeu Fabra

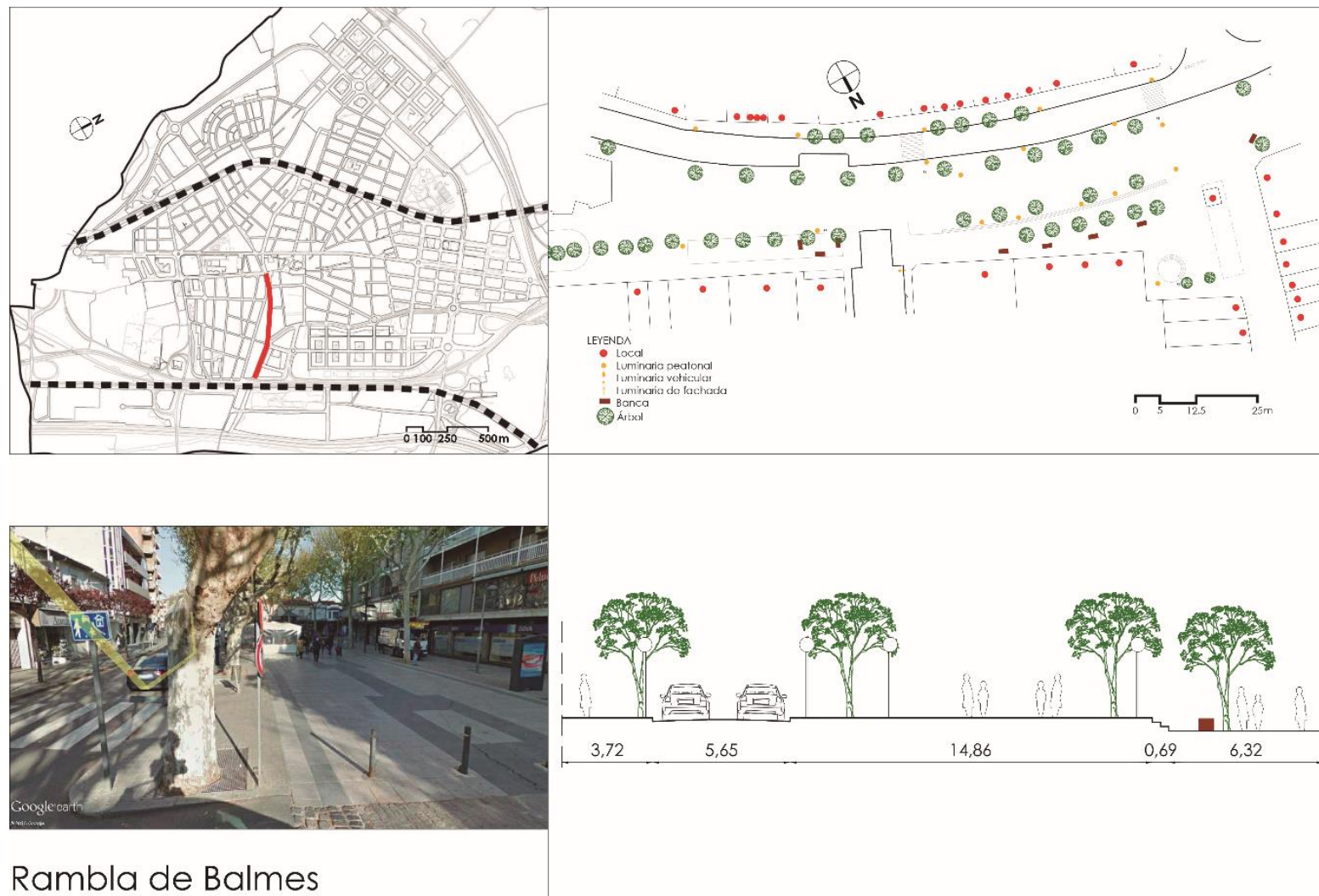
**Fig. 119: Análisis de la Rambla de Pompeu Fabra.**

Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.

## **EJE TIPO B: RAMBLA DE POMPEU FABRA**

La Rambla de Pompeu Fabra va desde la c./ de la Riera hasta la c./ del Bosc, al norte de la ciudad. Está arborizada y posee una buena iluminación, que combina las luminarias vehiculares en las aceras con las peatonales en el parterre central, enfatizando el uso de este como un espacio de circulación peatonal. No todo el eje tiene una designación comercial hasta la Rotonda de la Vinyota, en la intersección con la c./ de Can Flequer, aunque la actividad decae al pasar la Plaça de Sant Vicenç. Aunque el tejido al oeste del eje es de ensanche, el del lado oriental tiene una ordenación de polígono, lo cual se refleja en un cambio en la forma de los locales comerciales.

A diferencia de otras calles, en la Rambla Pompeu Fabra el ancho de aceras no es constante y es, aparentemente, de menor jerarquía que el parterre central arborizado, donde se localiza la mayor parte del mobiliario, como los bancos y los basureros. En esta parte, también, es donde se localizan las terrazas de varios bares ubicados en esta vía. El área peatonal corresponde a más del 50% del ancho total de la vía. Puede apreciarse que es una vía que mantiene un equilibrio entre un espacio amable para el peatón y que facilita el paso de los automóviles, ya que permite la salida de vehículos de Mollet hacia otras ciudades al norte, como Parets o Granollers.



## Rambla de Balmes

**Fig. 120: Análisis de la Rambla de Balmes.**

Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.



## **EJE TIPO B: RAMBLA DE BALMES**

La Rambla de Balmes va desde la Ronda d'Orient, paralela a la línea de ferrocarriles de Barcelona a Portbou, hasta la Plaça de Catalunya (c./ de Barcelona). Este eje que continúa por la Rambla de Fiveller y Rambla Nova, corresponde al antiguo Torrent de Caganell, mismo que fue cubierto por temas sanitarios vinculados las necesidades del mercado itinerante. Está arborizada y posee una buena iluminación pensada para el peatón. Tiene un fuerte movimiento comercial en el tramo entre la Plaça de Catalunya y el Casal dels Avis, donde la rambla parece un ensanchamiento de la acera norte de la c./ de Berenguer III, pero después de este punto prevalece la localización de equipamientos. Es más, en la cuadra más próxima a la Ronda d'Orient, hay varios predios abandonados y con edificaciones en ruinas; otros edificios nuevos, en cambio, poseen locales cerrados en planta baja, probablemente por efecto de la crisis que afectó la demanda de estos espacios. Otra posibilidad podría ser que, pese a la cercanía con la vía de tren, está desfasada de la estación, lo que repercute en un menor tránsito peatonal. Esto significa un menor número de potenciales clientes, haciendo estos locales comerciales poco viables para los negocios.

Al haber sido un antiguo torrente, el origen del tejido de la rambla es suburbano, con un uso preferentemente industrial que ha permitido la unificación de varios predios y su transformación en equipamientos, sobre todo escolares gracias al carácter peatonal de la misma. El acceso a vehículos está restringido únicamente al abastecimiento de los locales y a la colocación de los puestos del mercado itinerante semanal.



## Rambla Fiveller

**Fig. 121: Análisis de la Rambla de Fiveller.**

Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.

## **EJE TIPO B: RAMBLA DE FIVELLER**

La Rambla de Fiveller va desde la Plaça de Catalunya (c./ de Barcelona) hasta la Av. de Jaume I. Es la continuación de la Rambla de Balmes y, como ella, posee muchos árboles, bancos e iluminación peatonal. Pese a que no tiene muchos locales, es una calle con gran movimiento de gente, en especial en los días del mercado itinerante. Es también el escenario de mercados de pulgas los días domingo. La rambla es totalmente peatonal, salvo por el ingreso de proveedores para el abastecimiento de los locales. El tejido de la rambla, por haber sido un torrente, debe ser de origen suburbano; sin embargo, no es muy legible debido a la construcción de edificios relativamente nuevos en predios que no tienen la forma habitual de terrenos muy profundos y de frente estrecho, resultado seguramente de la unificación de fincas antiguas.

Al ser una rambla completamente peatonal, al igual que la Rambla de Balmes, puede decirse que es un espacio pensado para el peatón, tanto para su tránsito como para su permanencia.

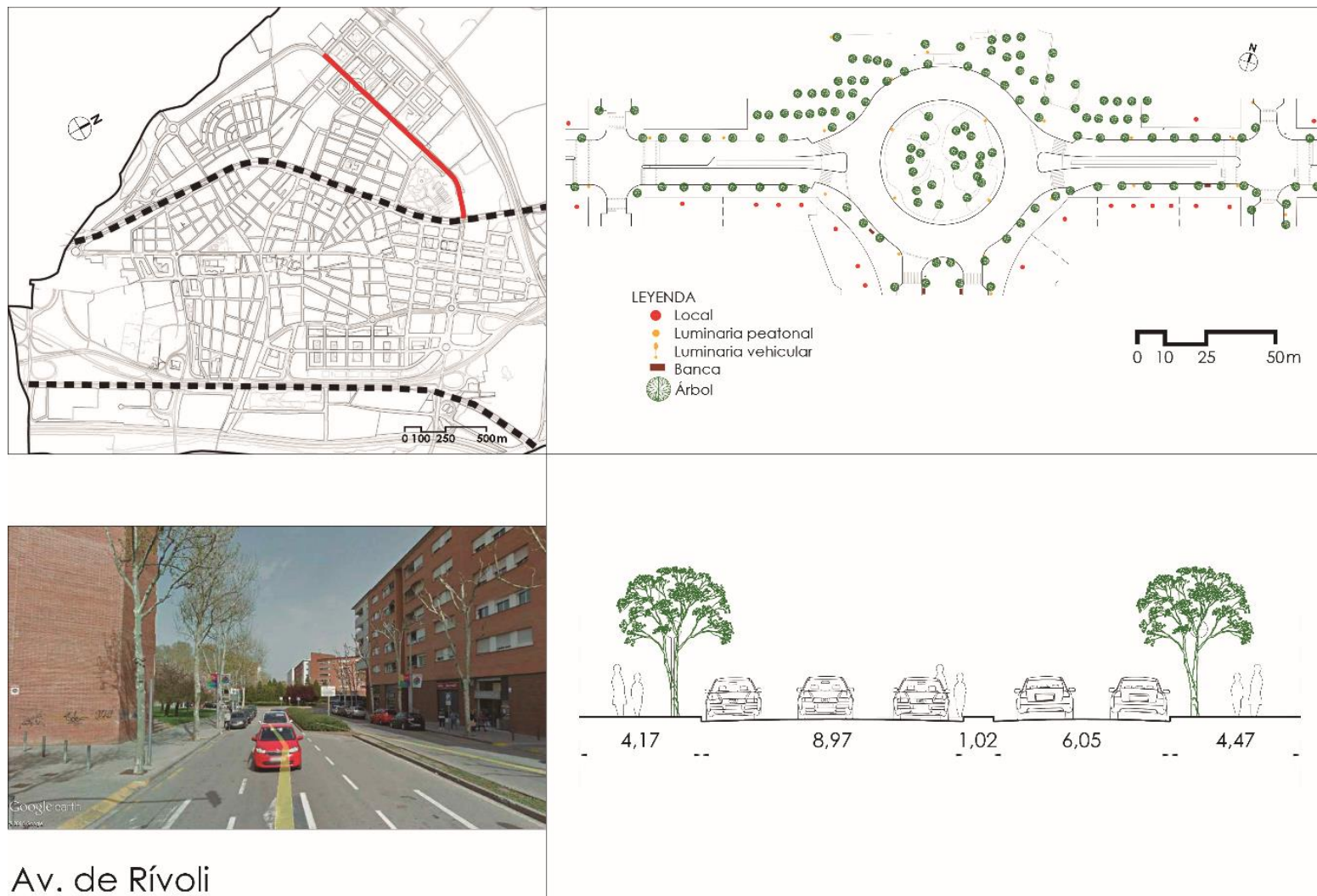


## **EJE TIPO B: RAMBLA NOVA**

La Rambla Nova va desde la Av. de Jaume I hasta la Vía de Ronda, paralela al ferrocarril de Barcelona a Puigcerdà. Es la continuación de la Rambla de Fiveller y posee muchos árboles, bancos e iluminación peatonal. Tiene una particularidad en su diseño, debido a la dificultad del Ayuntamiento para cubrir ese tramo del Torrent de Caganell, manejando la rambla en dos niveles: uno en relación con las fachadas comerciales y otro, más elevado, en el centro del paseo peatonal. Esto conlleva a una ligera desconexión entre el área de paseo y el área de compra que se compensa con el manejo del mobiliario público, en espacial, la ubicación de los bancos. Los locales comerciales aprovechan, también, las características de los predios, angostos y profundos, en su configuración. A diferencia de otras calles de Mollet, donde la mayor intensidad comercial se percibe cuanto más próximo se halla del centro, en la Rambla Nova el mayor movimiento comercial está más próximo a la vía del ferrocarril. Esto puede deberse a que la rambla es recorrido obligatorio para quienes van hacia Can Borrell o a Gallecs.

Al ser una rambla completamente peatonal, al igual que la Rambla de Balmes y de Fiveller, puede decirse que es un espacio pensado para el peatón, tanto para su tránsito como para su permanencia, permitiendo el ingreso a vehículos solo para el abastecimiento de los locales comerciales en horarios restringidos.





**Fig. 123: Análisis de la Av. de Rívoli.**

Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.

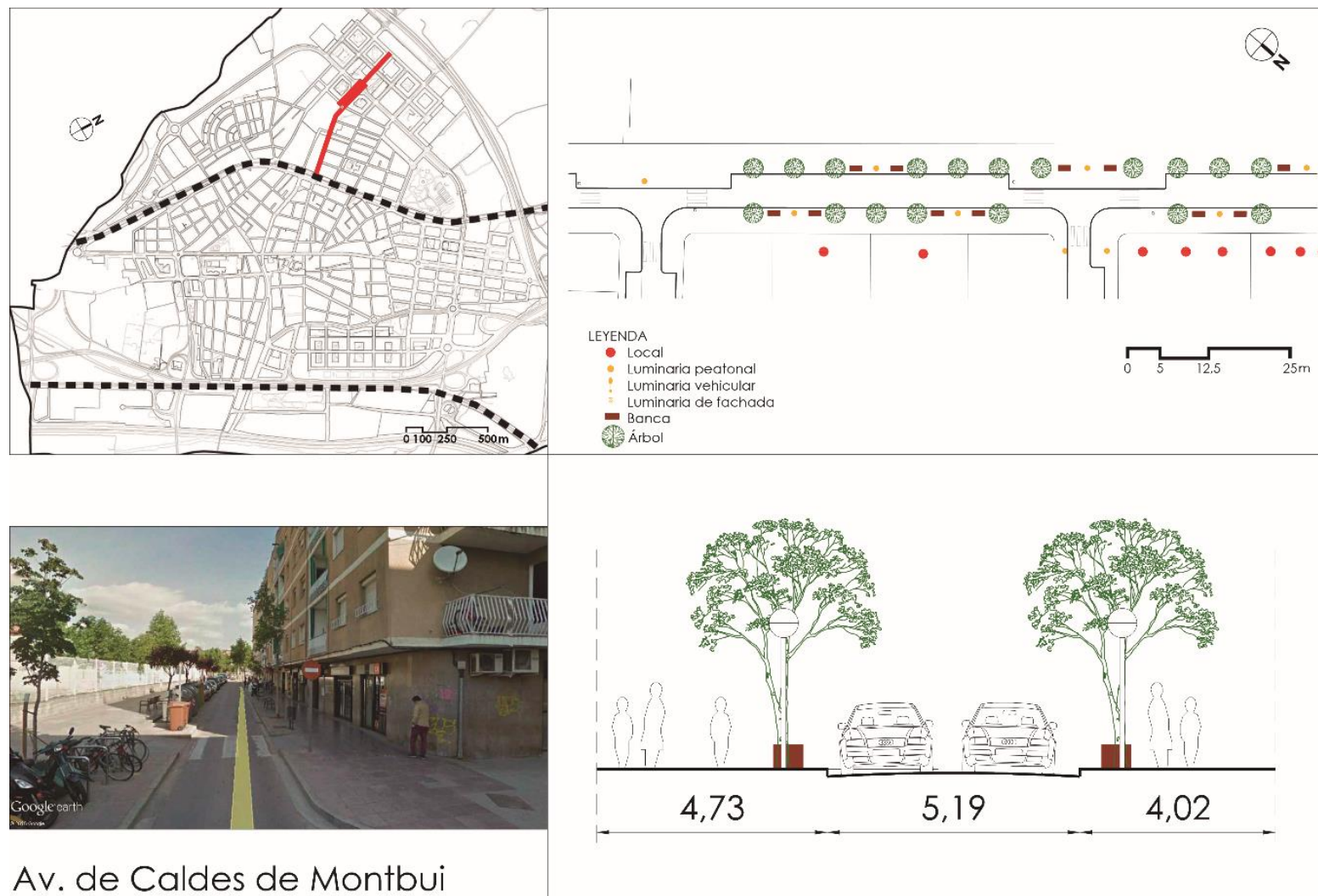
## OTROS: AVINGUDA DE RÍVOLI

La Av. de Rívoli va desde la c./ de Joan Ambrós i Lloreda y termina al cruzar la vía del ferrocarril Barcelona – Puigcerdà, cuando se convierte en la c./ de Can Flequer. Es la principal avenida del barrio de Can Borrell, en el extremo norte de Mollet, formando un sistema comercial propio de esta zona. Está completamente arborizada. No posee un buen nivel de iluminación peatonal, ya que las luminarias son altas y enfocadas a la vía, lo cual hace suponer que es un diseño pensado más en la circulación de coches. La mayor concentración de locales se ubica en la Rotonda de Can Borrell, donde se intersecta con la Av. de Caldes de Montbui. El resto del eje posee un nivel moderado de comercio; pese a esto, es considerado por los molletenses como un importante eje comercial dentro del barrio, que fue construido a finales del siglo XX con un ordenamiento de ensanche, como respuesta a la necesidad de crecimiento de Barcelona y como una forma de retrasar la construcción del ACTUR<sup>7</sup> de Santa María de Gallecs en el Espacio Rural Gallecs.

En cuanto a aceras, éstas tienen un ancho cómodo para la circulación peatonal, e incluso permiten la colocación de terrazas en algunos de los bares; sin embargo, en cuanto a proporción de aceras, estas representan apenas el 35% del ancho total de la vía, que apenas cuenta con unos pocos bancos. Se puede intuir, entonces, que esta calle tiene un diseño que parece privilegiar la circulación vehicular, pese a tener aceras anchas y brindar sombra para el peatón, ya que no ofrece espacios de estancia más que los ofertados por los bares localizados en la calle, que además presenta muchas fachadas ciegas o cerradas. Esto último podría justificar también que la circulación peatonal de la calle sea menor en cantidad e importancia, que la de coches.

<sup>7</sup> El Decreto Ley 7/70 de 1970 crea la figura de los ACTUR (Actuaciones Urbanísticas Urgentes) para permitir crear nuevas ciudades satélite para descongestionar grandes núcleos urbanos, principalmente Madrid y Barcelona. Para esta última, uno de los ACTUR aprobados es el de Santa María de Gallecs, con una extensión de 14,71 km<sup>2</sup>, con afectación a varios municipios, siendo el término municipal de Mollet del Vallès el que sufriría la mayor de ellas con aproximadamente 6,03 km<sup>2</sup> de su espacio rural comprometido.





## Av. de Caldes de Montbui

**Fig. 124: Análisis de Av. de Caldes de Montbui.**

Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.

## **OTROS: AVINGUDA DE CALDES DE MONTBUI**

La Av. de Caldes de Montbui va desde la Vía de Ronda, paralela a la línea de ferrocarriles de Barcelona a Puigcerdà, hasta la c. de Francesc Ferrer i Guàrdia, en el barrio de Can Borrell. Puede considerarse la extensión del eje de la c./ de Gaietà Vinzia, y estructura el sistema comercial de los barrios de La Plana Lledó y Can Borrell. Está completamente arborizada y posee una buena iluminación; además, por el tipo de luminaria empleada y su altura, está pensada para con énfasis en el peatón. Tiene gran movimiento comercial y cuenta con un gran número de locales en funcionamiento, siendo este el uso más común en el eje. La ordenación de tejidos de ensanche a lo largo de todo el eje permite encontrar una gran variedad de tamaños de locales, siendo algunos poco profundos de gran frente, y otros que simulan una fragmentación suburbana de frente angosto y mucha profundidad, siendo esta última la más común en la zona comercial del centro de Mollet, y permitiendo la localización de más negocios y con frente a la misma vía.

En cuanto a aceras, éstas tienen un ancho cómodo para la circulación peatonal y representan más del 60% del ancho total de la vía, que también cuenta con bancos que invitan a la estancia. En su diseño, se parecen a las de la c./ de Gaietà Vinzia, creando bahías de parqueo, con un ensanchamiento en las esquinas para facilitar la circulación peatonal. Se puede intuir, entonces, que esta calle tiene un diseño que parece privilegiar la circulación peatonal por encima de la vehicular, pero que también facilita este último.



## Av. d'Antoni Gaudí

**Fig. 125: Análisis de la Av. d'Antoni Gaudí.**

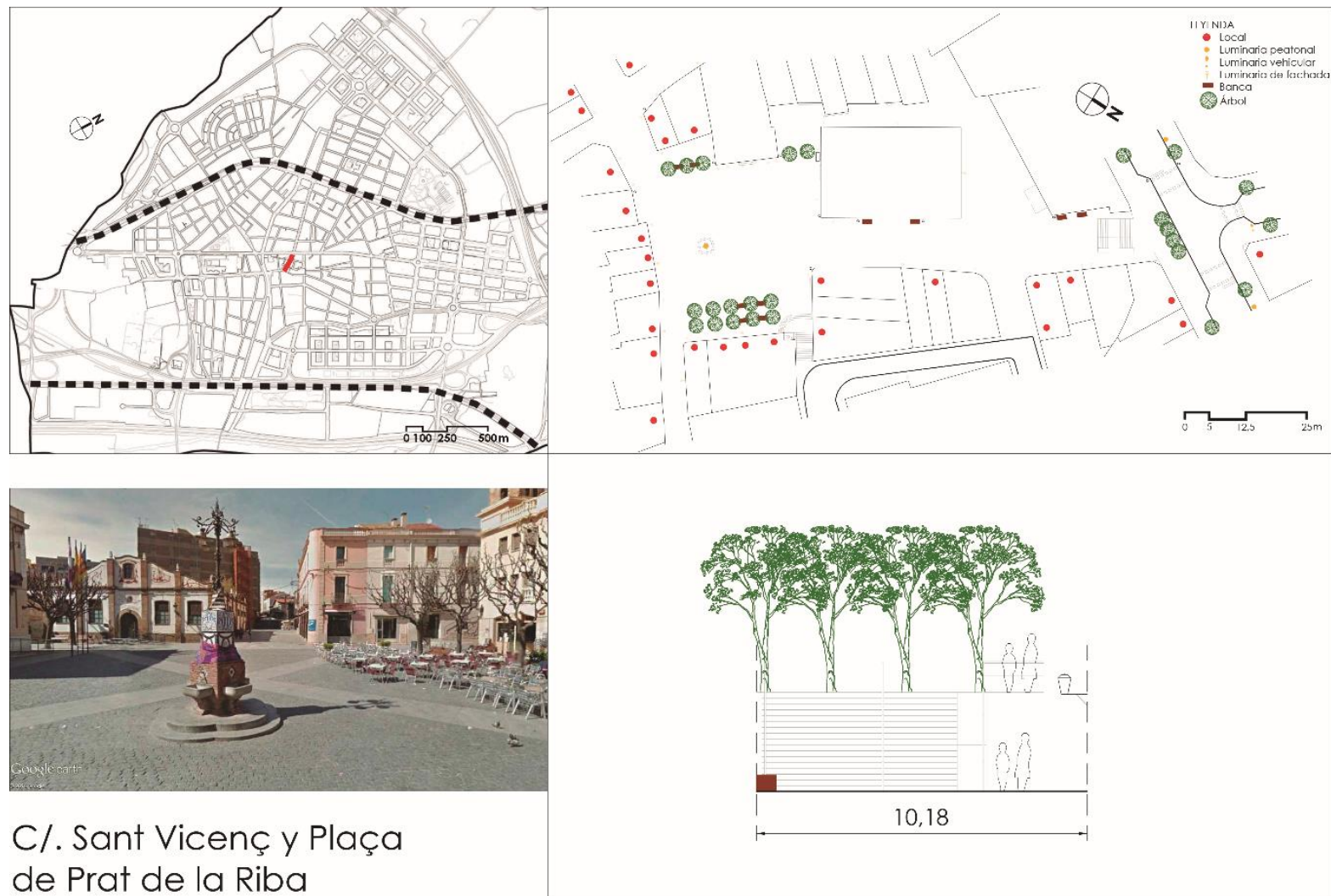
Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.

## **OTROS: AVINGUDA D'ANTONI GAUDÍ**

La Av. d'Antoni Gaudí va desde la c./ de Enric Morera, en la Rotonda de Can Pantiquet, hasta la c./ del Bosc, en la Rotonda del Bosc, cuando se convierte en una autovía de salida de Mollet hacia el norte, a Parets del Vallès y Granollers. Es la continuación de la Av. de Jaume I y es el eje estructurante del barrio de Can Pantiquet. La avenida está arborizada y posee un diseño lumínico que combina la iluminación de la calle con otra de la acera que hace énfasis en el peatón. El eje conformado por la AV. de Burgos – de Jaume I – d'Antoni Gaudí era la antigua carretera que conectaba Mollet del Vallès con Barcelona, al sur, y con Granollers, al norte. A pesar de esto, la ordenación de la Av. Gaudí es más moderna y se puede apreciar que son manzanas de ensanche. Por lo cual, de la misma manera que en la Av. de Caldes combina varios tamaños de locales comerciales, la Av. Gaudí también alberga espacios de diferentes escalas, desde los pequeños y más fragmentados hacia el centro de la ciudad, hasta locales de mayor tamaño hacia la periferia.

En cuanto a aceras, éstas tienen un ancho cómodo para la circulación peatonal, para la estancia e incluso permiten la colocación de terrazas en algunos de los bares. Sin embargo, la acera oriental posee un desnivel que crea un espacio más íntimo en relación con las fachadas de los locales, pero que crea una desconexión o ruptura con la otra acera. Esto puede deberse también al ancho de la vía de casi 50 metros, de los cuales las aceras representan más del 65% del ancho total de la vía y cuentan con bancos que invitan a quedarse. Se puede intuir, entonces, que el diseño de esta avenida equilibra la su función como vía para peatones y como vía para coches, siendo la acera oriental la que maneja la mayor parte del flujo peatonal, mientras la opuesta dispone de espacios de aparcamiento de coches.





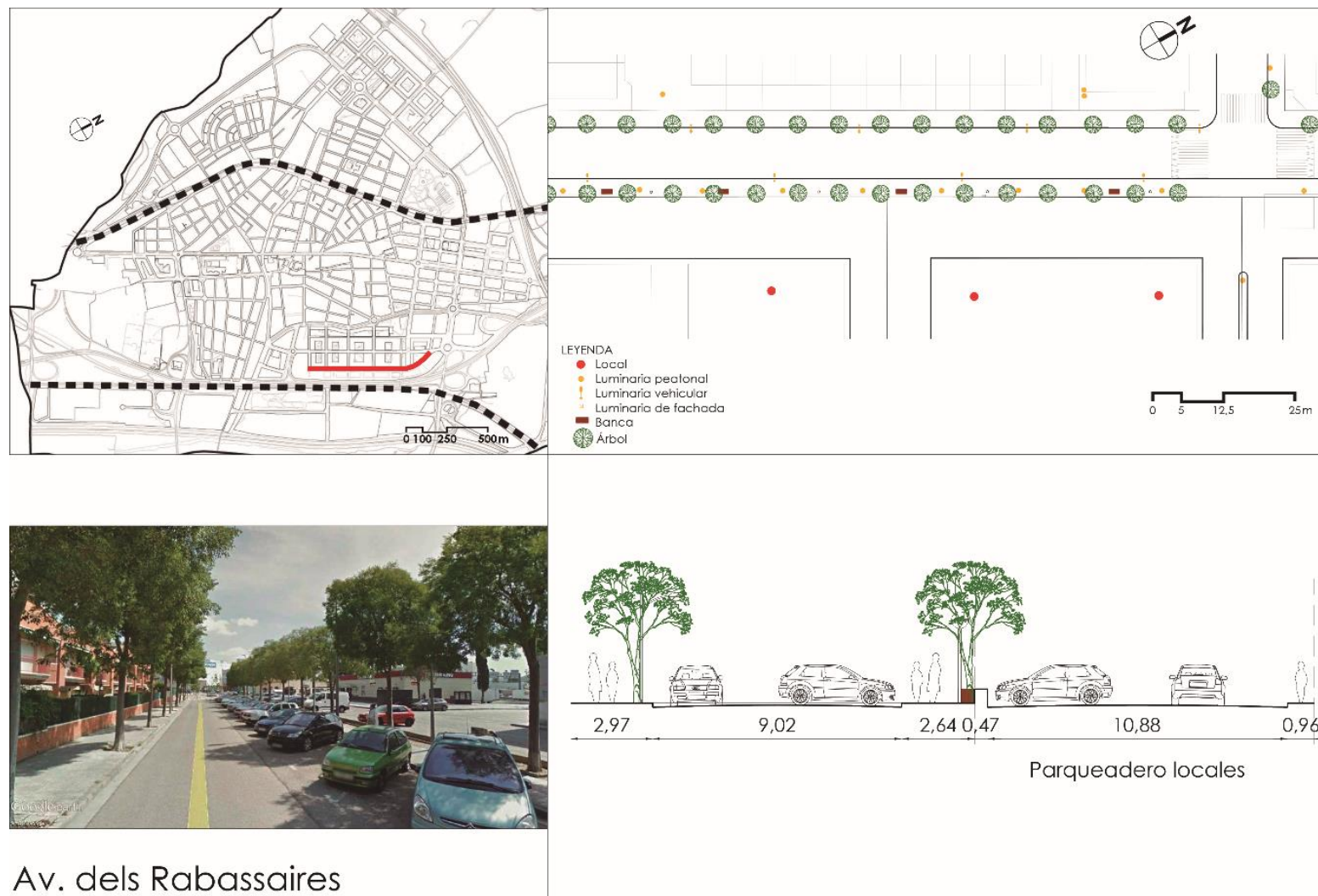
C/. Sant Vicenç y Plaça de Prat de la Riba

**Fig. 126: Análisis de la c./ de Sant Vicenç y Plaça de Prat de la Riba.**

Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.

## **OTROS: CARRER DE SANT VICENÇ Y PLAÇA DE PRAT DE LA RIBA**

La c./ de Sant Vicenç es, probablemente, la calle más pequeña de Mollet. Va desde la Plaça de Prat de la Riba hasta las Escales de Can Dragó, en la Av. de Jaume I. Es, también, el núcleo central antiguo de Mollet, que albergaba el edificio antiguo del Ayuntamiento y el antiguo mercado municipal (Mercat Vell). La calle está completamente peatonalizada, no posee arborización, a diferencia de la plaza que tiene tanto árboles como bancos. La iluminación combina luminarias peatonales como luminarias de fachada, haciéndolo un espacio muy claro en la noche. Es la principal encrucijada peatonal de Mollet, donde se encuentran los caminos de los viandantes que van a hacer sus compras en el centro con los que se dirigen a la estación de Francia (Mollet – Sant Fost), con las personas que van a tomar un café o una cerveza en las diferentes terrazas localizadas en la plaza. Es el centro comercial por excelencia en Mollet, donde apenas hay un local vacío (a mayo de 2016). Tanto la calle de Sant Vicenç como la Plaça de Prat de la Riba sirven como articuladores de la zona comercial de la ciudad, siendo la única calle/plaza donde se localiza el mercado itinerante semanal que no consta como eje comercial en la web de Mollet Negocis. Todos los pedios tienen características de los tejidos suburbanos, muy profundos y con frentes estrechos. En este espacio no se admite la circulación vehicular, a excepción de la provisión de los bares de la plaza y el ingreso de las patrullas de la Guardia Civil, ubicada en este espacio. Se puede intuir, entonces, que esta calle tiene un diseño que privilegia la circulación peatonal por encima de la vehicular.



## Av. dels Rabassaires

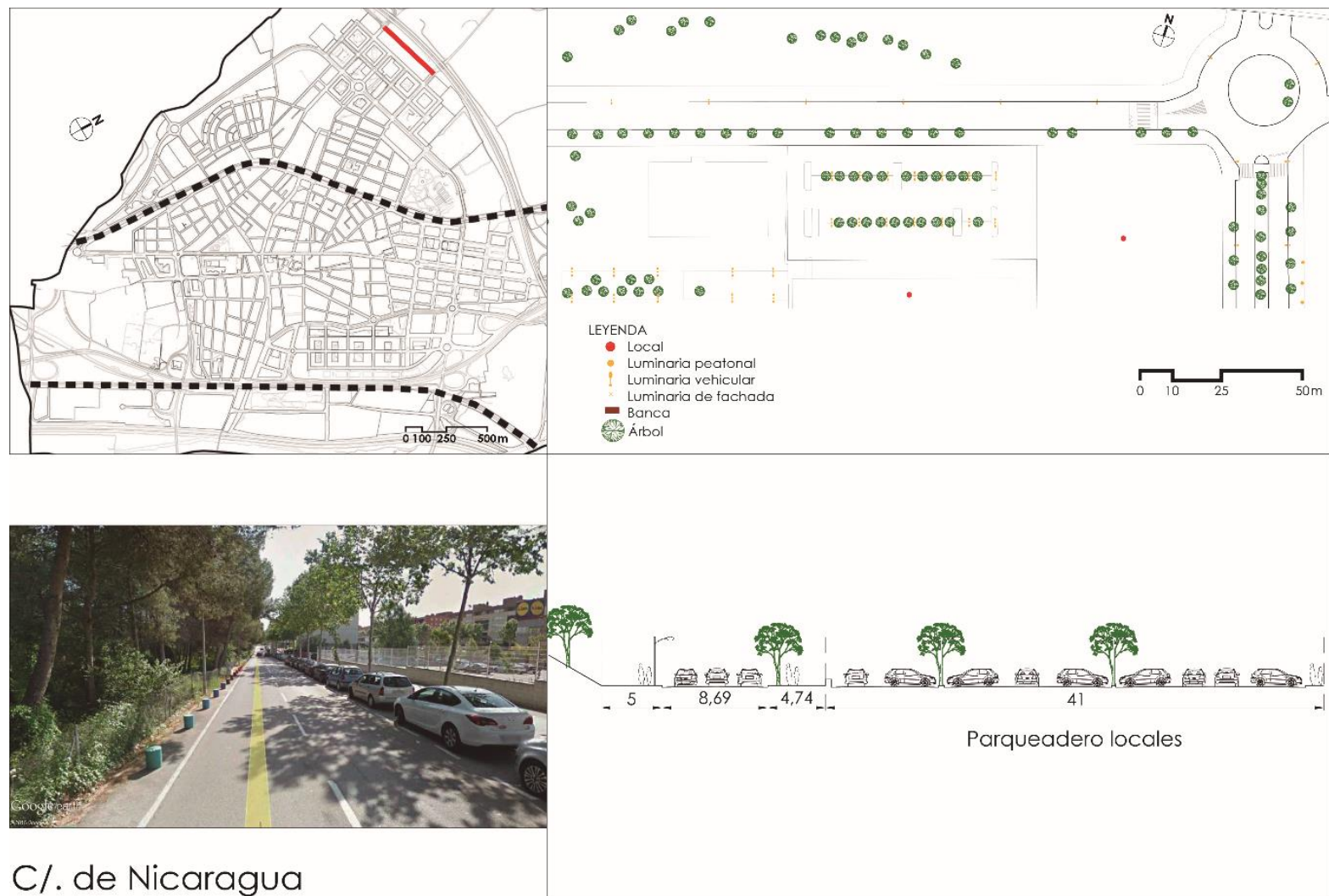
**Fig. 127: Análisis de la Av. dels Rabassaires.**

Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.



**OTROS: AVINGUDA DELS RABASSAIRES**

La Av. dels Rabassaires va desde la c./ de les Ordidors hasta la Av. de les Teixidores. Es paralela a la carretera C-17 y tiene una ordenación particular en Mollet, con construcciones aisladas tipo galpones, donde se desenvuelven locales comerciales a gran escala. Es también donde se localiza uno de los tres hoteles de Mollet, en relación directa con la autovía. Pese a que la calle está arborizada, las aceras apenas permiten la circulación peatonal, con una proporción de apenas 38% del ancho total de la vía. No posee mobiliario urbano ni fachadas permeables. Es más, la acera oriental de la calle tiene espacios de parqueo a cada lado, probablemente para satisfacer las necesidades de los grandes comercios ubicados en el eje. Si bien es accesible para peatones, no es esta la principal manera de desplazamiento hacia el sector. La acera occidental, en cambio, corresponde a una fachada ciega del cerramiento de un polígono residencial. Por esto, parece que la vía prioriza el desplazamiento en coche, ya que el tipo de comercio que alberga corresponde a uno de grandes superficies, como supermercados y “mega stores”, en relación estrecha al intercambio comercial de carretera e interurbano, a diferencia del centro de la ciudad donde se favorece el consumo local y de proximidad.



## C/. de Nicaragua

**Fig. 128: Análisis de la c./ de Nicaragua.**

Fuente: Elaboración propia con fotografía de Google Street View, 2016.

## **OTROS: CARRER DE NICARAGUA**

La c./ de Nicaragua está ubicada en el extremo norte de Mollet del Vallès, paralela a la Autopista del Mediterráneo A-7. Va desde la c./ de Francesc Layeret hasta la c./ de Gallecs y es el ingreso a la ciudad por la citada autovía. Su acera norte está delimitada por el talud de la autopista, mientras que su acera sur permite el ingreso al área de parqueadero de varias grandes superficies comerciales. Es una calle poco transitada por peatones, que más que recorrerla, la cruzan en camino hacia el Espacio Natural Gallecs. Al igual que la Av. dels Rabassaires, el comercio de la c./ de Nicaragua está condicionado por su relación con la carretera, por lo que posee también un hotel y dos supermercados, además de otras tiendas de grandes superficies. Esta arborizada, pero no tiene espacios de estancia, y su iluminación da prioridad a la visibilidad para los conductores, no para los peatones. Pese a que las aceras representan más del 50% del ancho total de la vía, no puede decirse que esta haya sido diseñada para el tránsito a pie, tanto por la posición de la calle dentro de la trama urbana, como por la inexistente relación de la calle con la fachada de los galpones comerciales, tanto por tratarse de muros ciegos, como por estar separados de la acera por un área de estacionamientos de 41 metros. Por tanto, es posible intuir que el comercio de esta calle está dedicado más a aquellos que circulan en coche y transitan por la carretera, que para los vecinos del barrio de Can Borrell o del Espacio Natural de Gallecs.



### **ANEXO 3**

Encuesta realizada entre junio y septiembre de 2016 a habitantes de Mollet del Vallès por redes sociales



1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mula?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Paseo y compras	Algun paseo	Compras	Vivo en la illa y compras	No	No	muy poco	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Sí, paseo	Paseo	No	Paseo	Paseo	Paseo	No	No
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Si a diario camino al trabajo	Si no muy frecuente paseo, compras	Esporádica mente paseo	Esporádica mente compras	Mensual compras	Esporádica mente compras	Si dos veces al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Si, solo pescadería. 1 vez a la semana.	Si, paseo, compras farmacia y quiosco.	No	No	No	No	Si, todos los martes. Comprar fruta.	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Si, compras	No	Paseo	Paseo	No	Decathlon, una o dos vegegades al any	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Paseo	compras amenudo	amenudo de paseo	a veces de cocmpras	poco de compras	Poco de compras	cada msrtes	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	casi nunca, aunque de forma puntual si paso caminando.	no	si. a comprar-	pocas veces, aunque puntualmente a restauracion	no.	si. a comprar, de forma semanal. (Mercadona).	No (por cuestion de trabajo).-	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	No	No	No	No	Si	Si	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	De vez en cuando, paso para ir a comprar a Gaietà Ventalló o para tomar algo en el Marfá	No, no me gusta nada	Sí, cada día p Tanto para pasear como para comprar, me gusta las tiendas que hay	Rara vez, si voy es para comer algo en uno de sus restaurantes	No, me resulta lejano y no tengo costumbre	Sí, mensualmente para ir al Caprabo, alguna.vez para comer y alguna vez para ir al Decathlon	si, semanalmente	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	No	Si, a menudo paseo desde tren a casa	Si, paseo. Fines de semana	Si, Paseo. Tomar algo. Poco	No	Si, Compras paseo. Fin de semana	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Muy esporádicamente, compras	Alguna vez, de paseo	Suelo pasar de paseo	Bastante, de paseo	Mucho, compra y paseo	De vez en cuando, compras	Si, una vez al mes	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	No. Handicap horario.	Rambla nova?? Jajaja si es por la antigua fabrica y el nuevo CCCC...no acabo de verlo.	Si. Cuando bajo al centro paso por ella o cerca.	Si, suele ser sitio de paso. Se ha quedado una zona de restauracion, no hay compras ni tiendas que inciten a pasear. Fue mal diseñada de origen, en un terreno con desnivel y muchas posibilidades.	Si. A comprar. Esclat. La carniceria a la que acudia la cerraron por poca afluencia.	No suelo.	No. El mercado semanal no esta pensado para trabajadores, el horario es compatible con jubilados, parados y una minoria exclusiva	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	Coche	Si acudo, semanalmente tres veces. Paseo con mi hija.	no	Si, de paseo	No. Sólo cuando necesito ir al ajuntamiento.	Si. Compras en Lil, semanalmente	si, a comprar al de catálogo cuando es necesario.	no	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	Pasear	Cada día vivo allí	Pasear	Pasear	Al lidl dos veces al mes	No	Si casi cada semana	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Paseo	Paseo	Paseo	Paseo	No	Por todo	2 veces	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Paseo	Paseo	Paseo	Paseo	No	Por todo	2 veces	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri del Calderí	A pie	Si, 1 vez o dos por semana	Si pocas veces en semana	Si pocas veces en semana	Si cada día	Aveces, vive mi familia	Cada día de paseo	Muy poco	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Calderí	A pie	si, de vez en cuando. A tomar algo	Si, 1 o 2 veces por semana. Para comprar	Si, una vez en semana. Mercadillo semanal a comprar	si, cada día. Para ir a trabajar, pasear,tomar algo	No	Si, de vez en cuando. Para pasear	si, 3 veces al mes	Sí



1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	No	No	Si a pasear	No	Si. Cercanía	No	no	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Solamente acudo cuando doy un paseo.	Acudo a Rambla Nova casi cada día al dar un paseo.	No suelo coger por esa calle.	Nunca	Nunca	Nunca ya que me coge lejos.	nunca	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	No	Paseo semanal	Paseo al mes	Paseo semanalmente	Comprar a la semana	Tras veces al año máximo	No por estar trabajando	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	No	No	No	No	Si a gallecs a pasear y a comprar en los supermercados	No	2 veces al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Supermercado lidl carrer francisc ferrer i guardia per proximitat, preu i qualitat	No	Si de compres i de passeig	Muy poco	Si habitualmente por que vivo ahí	Frequentment a comprar	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Si. Compras esporádicas y paseo	Normalmente paseo y compras esporádicas	Normalmente paseo	Si, compras en librería y restauración	No es habitual, pero si compras esporádicas en Lidl y Drim	Si, sobretodo a Decathlon por compras y gimnasio	No coincide con horario de trabajo. Una o dos veces al mes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	No mucho paso por ahí para ir a la estación del tren	No	No	No	Si compras quincenalea	Si pra comprar en el Decathln o comer Viena y Burguer king	No	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri del Centre	A pie	No	no	No	de paseo	no	Si, solo de compras	NO	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	Si. Per anar a treballar	Si, quan torno de passejar per Gallecs	Si. Diàriament	Si, per realitzar alguna compra	No gaire	Si quan he d'anar al decathlon	Si, cada dimarts	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	Si. De vez en cuando a pasear	Si. De vez en cuando para comprar	Si. A menudo para comprar	Si. De vez en cuando a pasear	Si. Para comprar por cercanía y comodidad	Si. A menudo a comprar	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Si	Si	1 vez a la semana	Cada día	No	No	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Compras	No	Si paseo y compras	Compras y paseo	No	Si compras	una vez a la semana	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Con poca frecuencia de paseo	No	No	Muy a menudo paseo	No	Poca frecuencia compras	si una vez al mes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	3 ó 4 veces a la semana, unas para comprar y otras para pasear	3 o 4 veces a la semana, unas para comprar y otras para pasear	3 o 4 veces a la semana, unas para comprar y otras para pasear	3 o 4 veces a la semana, unas para comprar y otras para pasear	2 veces al mes, unas para comprar	1 vez mes comprar	1 al mes	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Panfiquet	Coche	no	a veces, a la mula	no	no	no	a veces al decathlon	no	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	No	Paseo, compras, buscar a la niña al cole, ocio	Rambla Fivaller a la caixa y ocio	Paseo	No suelo ir	Decathlon y también paseo	No	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	No	No	No	No	Si, cada día. Para comprar y pasear	Si, una vez al mes. Para pasear.	Si, cada semana.	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	No	Si por compras y paseo	Si paseo	Paseo	Si comprar	Si compra	A veces compra	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	si	no	si, paseo o de paso	si, compras	no	no	no	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	SI, PASEO SEMANAL	SI, COMPRES CASI DIARIO	SI, PASEO SEMANAL	SI, COMPRAS, PASEO SEMANAL	SI, COMPRAS SEMANAL	SI, COMPRAS DE VEZ EN CUANDO	CADA SEMANA	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Can Panfiquet	A pie	Paseo	compra	paseo	Trabajo	no	Compra	una vez a la semana	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	Si, para hacer vermut los fines de semana.	Si me coge de paso para hacer recados...	Pasear, compras menores, tomar un helado...	Pasear, tomar algo, compras menores...	Lidl y Escat, por facilidad de aparcamiento y salida de la autopista al volver de trabajar. Al centro de salud cada mucho tiempo, en coche.	Decathlon en coche y de paso.	No puedo al trabajar todo el día. Mi madre me compra la verdura y fruta que necesito esa semana.	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Paseo de vez en cuando	Paseo ocasional	Poco	Ocio paseo	Compras muy habitualmente	De vez en cuando	muy poco	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	passeig, cada semana	passeig, cada semana	passeig, cada semana	passeig, cada mes	passeig, cada 3 meses	compra i passeig, cada día	no	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Con frecuencia, por ocio (tomar algo).	Con frecuencia, por ocio (tomar algo).	Con frecuencia, por ocio (tomar algo).	De vez en cuando, por paseo.	Nunca.	Con frecuencia, por compras.	Menos de una vez al mes.	No
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació de França	Coche	paseo	paseo	paseo	compras, paseo	nunca	compras	si, cada semana	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	no	no	si	no	no	si	no	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	A diario	A diario	A diario	A diario Compras, Paseo, indistintamente	No	A veces	Si cada martes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Si, cada semana	Si, por compras	Si, compras	No	No	Si	Si,	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Casi nunca	Paseo	No	Paseo	No	Si, a pasear	Cada semana	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	no	Si, Paseo	Si, Paseo	Si, Paseo	NO	Si, Compras	no	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	por compras, ocio, paseo, como lugar de paso o generalmente como punto de encuentro con otras personas. 4 veces por semana	de paseo y por visitas familiares. 2 veces por semana	generalmente de paseo una vez por semana. 2 veces por semana	de paseo y eventualmente para comprar en el mercado municipal. 2 veces por semana.	solamente de paso cuando voy hacia gallecs unas 3/4 veces por semana	por compras exclusivamnete. 4 veces por mes	no	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Una vez semana, paseo	No	Una vez semana, paseo	Una vez semana, compras	No	No	No	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	no	paseo	paseo	Compra y paseo	No	restaurante	no	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Paseo	Paseo	Paseo	Paseo	No acudo nunca	No acudo nunca	Solo en verano	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	Paseo, dos o tres veces por semana	Paseo dos o tres veces por semana	No	Paseo 1 vez al mes	No	Si, Mercadona y parques	No	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Si, 1-2 veces a la semana. Paseo y bares.	Si, poca frecuencia (3-4 al mes). Visita familiar.	Si, 1-2 veces a la semana. Paseo de camino a otros sitios.	Si, con mucha frecuencia. 4-5 veces a la semana. Paseo, compras, cafetería, etc. Por cercanía.	No. Alguna vez para ir al parque Natural de Gallecs, pero no es nada habitual.	No. Alguna vez cada dos o tres meses. Para ir al centro cívico y alguna vez al Decathlon (aunque prácticamente nunca).	No.	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	No mucho, porque está lejos.	Algunas veces paseando.	No	No, sólo cuando tengo que ir a la estación o a la biblioteca.	No	Algunas veces.	No	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mula?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	No	Si por comercio (estanco) y servicios (autoescuela)	Paseo	Si, normalmente. Para bares y restaurantes	Si, a los supermercados	Si, frecuentemente. Para bares (viña) i supermercado (mercadona)	No	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	2 veces, paseo	2 veces paseo	Poca	De paso	Casi nunca	De vez en cuando, compras	Asisto, Siempre que puedo	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	No	Si. Paseo. Poco frecuente	Si. De paso. Frecuentemente.	Si. Paseo y compras. Frecuentemente	Si. Compras. Poco frecuente	Si. Paseo y compras. Poco frecuente	Una vez al mes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	No	3 veces por semana. Paseo, tomar algo, compras	3 veces por semana paseo compras tomar algo	1 vez al mes. Paseo	No	3 veces por semana, compras	No	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Compras	Pocas veces	Cada día: compras, paseo	Pocas veces	No	Una vez cada 2 meses	Cada semana	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri del Centre	A pie	No	Si...paseo,compras,	Si, compras , paseo y banco	Si, de paseo y para ir a la biblioteca	No	Si, compras	Si,una veces cada 4 meses	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Paseo. Una vez o dos por semana.	Compras. Una vez cada dos o tres semanas.	Paseo. Una o dos veces por semana.	Compras, paseo una o dos veces por semana.	Compras y paseo. Varias veces por semana.	Paseo. Una vez al mes.	Dos veces al mes.	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	Motocicleta	Muy pocas veces	Pocas veces	Pocas veces	A comer en la Illa	Solo a la farmacia	Si	4 al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	De paseo. Una vez por semana	De paseo. Una vez por semana	De paseo. alguna gestión. Una vez por semana	No	Si. Habitualmente	De paseo. Esporádicamente	no	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	Si, por paseo y diversas actividades que se realizan en la plaza.	Si, paseo.	No	Si, menos frecuente, paseo	Si, es la zona donde vivo, por compras normalmente	Si, por compras	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Casi a diario de paseo	De vez en cuando de paseo	Casi a diario de paseo	1 vez al mes de paseo	A diario a trabajar	Cada día a pasear con el perro	no	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Cada dia diari forn de pa passeig prendre algo cada dia	Poc 2 al mes a passejar	Bastant passejar terrassa bar	Poc al banc al mercat	No	Bastant passeig i compres i viena	Cada dimarts	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	No voy habitualmente por esa zona. Porque vivo lejos de allí.	Un par de veces al mes por compras y paseos.	No.	No.	Con mucha frecuencia, cada semana, por cercanías.	Alguna vez al mes por compras.	No.	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	no	no	no	no	si, una vez al mes	no	no, hay mucho ruido, suelo, no de los de	No
Más de 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Paseo/ una vez a la semana	Compras	Compras/ paseo	Compras/paseo/ 1 vez semana	No	No	1 vez mes	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	paseo	compras, paseo	paseo	paseo	Compras	paseo	muy poco	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	A tomar algo, pasear, comprar varias veces al mes depende del tipo libre	si, pasear comprar con menos frecuencia que la anterior	si pasear	con poca frecuencia, a tomar algo	Si, mucha frecuencia por cercanía para comprar	No	variaa veces al año	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Paseo. 1 vez semana, mas o menos	Paseo. Con frecuencia	Paseo. Con frecuencia	paseo. Con frecuencia	No	no	no	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Si	No	Si, de paso	Si, trabajo i compra mercado	Si, por trabajo	Si, compras	Si, semanalmente	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	Coche	Cada día voy paso a la farmacia, a por el periódico.	Si de paseo. A comprar ropa	También compras paso casi cada día	Una vez a la semana de paseo	Voy poco. Si paso cerca paro al líder a comprar.	1 vez al mes de compras	Si voy siempre cada martes.	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Si, tomar algo...	Poco. Mal ambiente	Si, compras	Si, paseo	Paseo para ir a Gallecs y hipermercados	Exclusivamente 1 o 2 veces año cuando voy Decathlon	Siempre que puedo. 1 vez mes seguro	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	De vez en cuando. Es más antiguo	No mucho, no hay gran cosa...	Paseo	Muy poco	No	Muchísimo	No	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	si acudo al mercado municipal a la pescadería y congelados	paseamos	paseamo con mucha frecuencia	paseamos mucho por allí.y tomamos algo en los bares que ahí allí	no.casi nunca.hay que coger el coche .prefiero cmprar cerca de cada	si algunasvez.no muy frecuente	no.solo en vacaciones.el trabajo no me lo permite	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	Paseo	Si,de paseo	Si,de paseo	Si,de paseo	Si,a menudo por compras	Si por compras	Cada mes por trabajo	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Si, paseo	Si, paseo	Si, paseo y compra	Si porque me viene de paso y también compro	Cuando vuelvo de andar a Gallecs	Si a comprar	Si casi cada martes	No
Más de 50 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	Paseo	Paseo	Paseo	Paseo	Paseo	Paseo y gompras	No	No
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	no	no	no	no	a veces, precio comodidad	no	no	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	paseo	paseo	paseo	paseo	No	No	No	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	Coche	no, casi nunca	solo cuando subo andando a casa	Poco, a la famacia o quiosco	casi nunca	A veces, de compras	a veces al Viena	casi nunca	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Compras y Paseo, 1 vez a la semana	Compras, 1 vez a la semana	Compras y paseo, 1 vez a la semana	2-3 días por semana, compras, paseo	No	no	1 vez al mes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	SI - PASEO - TIENDAS COMPRAS - SABADO -	PASEO - POR LA SITUACIÓN , PARA ACCEDER A TIENDAS	COMO TRAYECTO - PASEO -	PASEO	SI - LIDL - CRACK	DECATHLON	SI NECESITO FRUTA	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Si. A menudo. Ocio	No	No	Si. Poco. Ocio	No	No	Si. Una vez al mes.	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	Coche	no	no	no	no	no	no	no	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	compres.	compres i passo caminant	caminant	no	no	no	si. cada dimarts	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	Motocicleta	no mucho	no	a pasear	no	si a comprar	si al decathlon	si tres veces al mes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	No	No	No	No	No	Si..trabajo	No	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	VIVO -PASEO-BARES	MUY POCO	PASEO	NO	NO	MERCADONA 2 AL MES	2 AL MES	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Compras y paseo	Paseo	Paseo	Compras y paseo	No	A veces, poco frecuente para compras	Sí, una vez al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Paseo	Paseo	Compras	Compras	Compras	Compras	no	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Si,diariamente de camino al trabajo y a menudo por pasear tambien	Ocasionalmente por pasear	Diariamente de camino al trabajo y a menudo a pasear	Diariamente para trabajar y frecuentemente a pasear	Rara vez	Una vez por semana para comprar	Solo de paso nunca compro	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	casi cada día, paseando, para hacer un café, alguna compra especifica	alguna vez a pasear, siempre desde el colegis nous hacia el centro	pocas veces, porque le falta vida, aunque nos estamos dando cuenta que parece que poco a poco se va desvaneciendo	cada vez menos, solo a la librería, lo demás a perdido encanto	de vez en cuando para comprar.	de vez en cuando para comprar cosas especificas	una vez al mes, o menos	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Si, compras	No	Si, passeig	No	Sí, compres	No	Sí, totes les setmanes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Si paseo	Si compras y cole	No	No	No	Si decathlon	Si todas las semanas	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	No	No	No	Si	No	Si	No	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	Coche	si, de vez en cuando de paseo principalmente	si, de vez en cuando de paseo principalmente	si, de vez en cuando de paseo principalmente	si, de vez en cuando de paseo principalmente	Si, para comprar	Si, para comprar	no	No
Más de 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Paseo	Recados y paseo	Paseo	Compras y paseo	Paseo	Semanal	Poco	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	No	Si paseo	Paseo	Compras	Compras	Compras	dos veces al mes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Paseo	Paseo	Paseo o compra	Poco	Paseo	Paseo o Decathlon	cada semana	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Lourdes	Coche	Compras	Paseo	Paseo	Compras	Paseo	Compras	Una vez al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	Paseo	Esporádicamente	Colegio niños	Paseo, Trabajo	Ni	Paseo, Compras	Esporádicamente	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Paseo	Paseo	Paseo	Paseo	Paseo	Paseo	Cada martes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	MUCHO, PASEO Y COMPRAS DE ROPA POR ALREDEDORES	MUCHO, POR PASEOS Y COMPRAS	MUCHO, PASEO Y COMPRAS	COMPRAS Y PASEOS	POCO	A DECATHLON	POCO POR MOTIVOS LABORALES	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Paseo	No acudo habitualmente , solamente de paso	Si a tomar algo normalmente .	PASEO , habitualmente	Casi nunca , por la lejanía	Pocas veces , compras	3 veces al mes	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri del Centre	A pie	A tomar algo	No	Diariamente, vivo allí	Diariamente, para pasear al perro	Una vez al mes, de paseo a Gallecs	Una vez al mes, a comprar	No	Sí
Más de 50 años	Sí	Gallecs	A pie	Asiduamente/pasejar.	Esporadicamente.	Normalment/paseo.	Esporadicamente/paseo.	Diàriament.compara.	.No.	No.	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Àrea del Tí Olímpic	A pie	No	No mucho	No mucho	No mucho	No	Sí, bastante porque vivo cerca de allí	No	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	2 o 3 veces semana, compras, paseo	2 o 3 veces semana, compras, paseo	2 o 3 veces semana, compras, paseo	2 o 3 veces semana, compras, paseo	cada 15 días, compras	3 veces semana, gimnasio 15 días compras	2 veces al mes	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Compras	Compras	Compras	Paseo	Compras	Compras o paseo	una vez al mes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Unas 2 veces al año para para compras	Unas 2 veces al año por compras	Unas 2 veces al año para comprar	Unas 4 veces al año a la matinal de Imperiales MC y a su local	Diariamente para compras y parques	Unas 3 veces al año para compras en decathlon y comer en restaurantes	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Centre	A pie	si paseo	paseo, si	no	no	si pero no a comprar a cenar	si , cuando necesito algo del decathlon	si cuanod puedo	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	No. Porque está bastante retirado de mi casa y hay dificultad para aparcar de manera gratuita.	No. No tengo costumbre de ir por el centro y si lo hago es por algo concreto.	Si voy por esa zona es por algo concreto. Comprar en alguna tienda que me gusta o ir a alguna visita médica. No voy de paseo el centro	No voy por ahí. Exclusivamente cuando o voy al Ayuntamiento	Suelo comprar en el Esclat o en el Lidl. Vivo enfrente de estos dos centros comerciales. Por mi zona no suelo ir de paseo.	Voy por allí cuando tengo que comprar algo concreto en alguno de los centros comerciales que hay en esa zona	No.	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Sí. Paseo y compras	Sí, cada día.	Sí, cada día, muy centrada en compras.	No, de paseo el fin de semana.	No, nunca.	Sí, esporádicamente a comprar material más específico	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Dos o tres veces por semana. Para pasear, de camino a algún sitio, para tomar algo ahí mismo o porque he quedado con alguien ahí.	Alguna vez por semana, de vuelta de Ca N'arimon si tengo que pasar por el centro para comprar algo o ver a alguien.	Dos o tres veces por semana. Para pasear, de camino a algún sitio, para tomar algo ahí mismo o porque he quedado con alguien ahí. Rambla de Balmes para ir a la estación, un par de veces por semana.	No mucho, para ir al mercado cada 2-3 semanas o de camino a otro sitio.	Muy de vez en cuando a comprar algo si coincide que voy en coche con alguien.	Alguna vez por semana, para el Viena, Decathlon, Mercadona o Burger King.	Una vez al mes o menos.	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	4. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	5. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	6. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	7. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balma?	8. ¿Acude usted a la Illa de Can Mula?	9. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	10. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	11. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	12. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Comprar ,paseo,cada día	De paso y a comprar,paso casi cada día	Compras ,paseo ,cada día	Una vez a la semana de paso	De vez en cuando a comprar a la drim karisma,craik	Decathlon de vez en cuando	Si,todos los martes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Si por paseo un par de veces por semana	Si por paseo un par de veces por semana	Si tres veces por semana paseo	Si dos veces por semana compras y paseo	No	Si 5 veces por semana. Compras y residència les Masies	No	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri del Centre	A pie	1 vegada per setmana com a mínim. Passejar, o de passada per fer encàrrecs.	Mensualment. Per comprar o fer encàrrecs.	Cada día. Per passejar, comprar, etc. perquè em ve de pas per anar a tot arreu.	Setmanalment. Per anar a comprar i passejar.	Setmanalment, per fer la compra a l'Esclat	Rarament. Compres esporàdiques al decathlon	Sí, cada setmana.	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	No	Paseo	No	Depende	No	Por compras	No	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Paseo	Paseo	Paseo	Paseo	Muy de vez en cuando	A diario	2 o 3 veces al mes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	No	Si, compras	Si, compras	Si, compras, bar	No	Si, compras	No	No
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	No	Si, paseo	No	No	Si, paseo	No	No	No
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	Mucho, paseo	Mucho, paseo	Poco,	Poco	Nunca	Muy poco	Si, un par de veces	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	compras y paseo	Compras y paseo	Compras y paseo	compras y paseo	de vez en cuando de paseo	De vez en cuando de compras y paseo	no	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Si, paseo	Sólo de paso, de camino al centro	Paseo	De vez en cuando, paseo	Si, a diario. Compras, paseo	Muy de vez en cuando, compras	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	Coche	no	no	no	no	si compras lidl	si compras mercadona	no	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Para pasear y tomar algo dos o tres veces por semana	Pasear dos veces por semana	Pasear, ir al banco , al dentista ... Dos o tres veces por semana	Una o dos veces en semana paseo por la illa .	por la zona de can borell voy poco una o dos veces al mes	Suelo ir dos o tres veces al mes al mercadona y al decathlon . Y alguna vez al pipican	voy dos veces al mes	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	No	No	Poco, paseo	No	Sí	Sí	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Si semanalmente. Me gusta su calidad	No	Si para ir a la caixa panadería o a las tiendas que hay.	La cruzo para ir a la plaza y cuando hay eventos. En fiesta mayor tb.	Si. Al esclat cada semana o cada dos. Según la necesidad.	Al decathlon de vez en cuando.	Normalmente no. Quizas dos veces al año.	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Paseo frecuente	No mucho	Poco	Si vivo aqui i compras	No	Muy poco	no	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Si, frecuentemente, por compras a la panadería Oriols y para tomar algo al bar Hops, también suelo pasar dando un paseo	Si, con menor frecuencia, de paseo	Si, con bastante frecuencia, de compras y de paseo	Si, con mucha frecuencia, lugar de quedada con mis amigos	No, muy pocas veces, por lejanía respecto a mi domicilio	No, muy pocas veces, por lejanía respecto a mi domicilio	Si, siempre que me lo permiten mis vacaciones del trabajo, cada tres meses aproximadamente	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Paseo	De paso	De paso	Poco	Una vez al mes, comprad	Mercadona y decaatlón, compras	No	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Muy poco	De paso	Poco y comprar poco.	No rara vez	Esclat y sardà discou	No	Dos	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	Paso por ahí para ir al tren...	Compras puntuales	Paso por allí pero no por nada en particular	No	Si al lidl 1 vez cada 15 días	1 vez cada 2 meses a comprar al decathlon	No estoy trabajando a esa hora	No
Más de 50 años	Sí	Poligon Industrial de la Farinera	A pie	Alguna vez por paseo	Siempre . Vivo ahí	De vez en cuando paseo y compras	A diario. Trabajo	Casi nunca	Nunca	Si. 3 veces al mes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	paseo,	compras, paseo,	compras, paseo, etc	compras, paseo, etc	compras, paseo, etc	no	no	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	No	No	No	No	Si, lidl	No	si, una vez al mes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Paseo	Si, cuando necesito algo específico	1 vez al mes Paseo	1o 2 veces al mes Paseo	Cada día Comodidad	Si Cuando necesito algo específico	no	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	No	A diario, de todo un poco	A diario quiosco, paseo y colegio	No	No	Decatlón muy poco	No	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	No	Muy esporádicamente, paseo	Muy esporádicamente, paseo	Muy esporádicamente, paseo, compras libros	Muy esporádicamente, paseo	Muy habitual, compras, proximidad	No, trabajo	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Si, paseo	Si, paseo	Si, paseo	no	Si, compra Lidl	Si paseo, compra mercadona y de athlon	dos veces o tres al año	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Si, salir a tomar algo	No, de paso	No, de paso	A veces, cenar o Librería	Si, no mucho pero es cercano	Si, compras deportivas	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	No	Si paseo o compra	Si paseo y compra	No , poco	Si bimensual compras	No por lejanía	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	Paseo	Paseo una vez por semana	Paseo y compras alguna vez por semana	Paseo, ocio	Compras, lidl, crack	Vivo aquí, a menudo compro en decathlon, hiper valles, y por supuesto paseo	No	No
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	si, una vez a la semana	poco, de paseo	no	si, paso todos los dias por ahí, por compras o para ir a otro lado	no	si, una vez a la semana mas o menos	si, un par de martes al mes	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri del Calderí	A pie	Si, paseo y tomar algo. 4 veces por semana.	No.	Si, para paseo y compras. 4 veces por semana.	Si, para paseo y compras. 5 veces por semana.	No.	Si, para comprar en decathlon. 1 vez al mes.	No.	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació de França	Coche	si cada mes, mercado de intercambio	si, cada mes, mercado de intercambio.	si, cada mes, mercado de intercambio.	si, cada semana, paseo	nunca	si, compras, paseo.	si, cada verano	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	Si tomar algo y paseo	De camino a la plaza	Paseo	No	A veces al lidl	A menudo. Decathlon y mercadona	no por trabajo	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	No	No	Compras y paseo, mensual	Compras,- paseo, mensual	Compras, paseo, diario	Compras, cuando es necesario	No	Sí



1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	Paseo o tomar algo	Trabajo	Paseo	Compras, paseo	Guardería	Siempre. Compras, Paseo, tomar algo	No	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	No	Si, paseo	Si, paseo	Si, paseo	A veces, para ir al lidl	A veces para ir al decathlon	1 vez	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Nunca	Paseo cada dos semanas y compras cuando necesito	Paseo cada dos semanas y compras cuando necesito	Paseo cada dos semanas y compras cuando necesito	Diario. Vivo ahí	Compras cuando necesito. Una vez al mes	Nunca	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	Un par de veces al mes , de paseo o compras	Una vez a la semana, paseo	Una vez al mes, paseo	Una vez al mes, tomar algo.	Varias veces a la semana, paseo, compras, sclat, bares, farmacia, centro comercial	Una o dos veces al mes, al decathlon	Rara vez	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Si paseo paseo	Paseo	Paseo	Paseo	Paseopaseo	Paseo	Si 2 veces	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Paseo y compras	Paseo	Paseo y compras	Paseo, compras y jugar los niños	No a veces compra	Comprasss	Si, cada martes	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Cada 15 días para comprar carnes varias	Una vez a la semana por compras	No	No	Casi cada día, porque me queda muy cerca de casa	1 vez al mes, paseo y comidas rápidas	Si, 2 veces al mes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri del Calderí	A pie	paseo	Paseo	Paseo	Paseo	paseo	Compras	2 veces al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Paseo, tres o cuatro veces al mes	Poco	Una vez a la semana, paseo, de paso	Compras en Bonpreu, una vez por semana	No	Compras una vez al mes	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	Bicicleta	Paseo	Paseo	Paseo	Rustisericana can daniel	lidel	Decathlon	aveces	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Si, de paseo	No muy frecuentemente, de paseo	De paseo y a los quioscos	Casi nunca, antes al veterinario	Si a veces voy de compras	Vivo al lado, si	Si, un par de veces al mes	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	No. Por horarios	No.	Si. Paseo y compras	Paseo.	Si. Compras	Di.compras	No.	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Si es la zona próxima a mi casa y tanto compro como paseo	Alguna vez, más como paseo	Igual que la 7	Igual que 8	Casi nunca	Por paseo y compra a supermercado	Si, casi cada semana	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	No	Si, de paseo	Si, de paseo	No	No	Si, cuando tengo que comprar cosas de deporte en decathlon o algún producto alimenticio que me haga falta en el caprabo	Ya no.	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de la Riera Seca	Coche	Paseo	No	Vivienda	No	Lidl, esclat	Compra, decathlon	1 vez al mes	No
Más de 50 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	una vez por semana, por paseo	casi nunca	una vez por semana aprox, por paseo	una vez por semana aprox, por paseo	nunca	varias veces por semana, Mercadona y decathlon	una vez al mes	Sí
Más de 50 años	Sí	Gallecs	Coche	No	Poca	Poca	Paseo	Siempre	Continuamente	A veces	Sí
Más de 50 años	Sí	Gallecs	Coche	No	Poca	Poca	Paseo	Siempre	Continuamente	A veces	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Sí Casi cada día Paseo	Sí Casi cada día Paseo	Sí Casi cada día Paseo	Sí Cada martes Comprar	Sí Casi cada día paseo y compras	Sí Casi cada día Compras y paseo	Sí, cada semana	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	A menudo. Paseo	A menudo. Paseo y compras	A menudo. Paseo y compras	A menudo. Paseo	Poco. Compra	Sí. A menudo. Compras	si. 1 vez/mes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Pasear	Pasear	Pasear	Compra y pasear	Pasear	Comprar	cada semana	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de la Riera Seca	Coche	Paseo, fin de semana	Paseo	Paseo	Paseo	No	Compras	no	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	Coche	Sí, diariamente. Paseo y compras	Sí, diariamente de paseo	Sí, diariamente de paseo	Sí, diariamente de paseo	Raramente, una vez al mes a comprar	Sí, varias veces a la semana a la residencia	No	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Una vez a la semana	Paseo	Paseo y compras	Paseo	Casi cada día	Compras, de vez en cuando	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Calderí	Coche	Sí - una vez al mes! Para pasear	No	Sí - una vez al mes! De paseo	Sí - Cada semana	No	No	No	No
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	No, esta muy lejos de mi casa	De vez en cuando. Para pasear	Nunca.	No suelo. Esta lejos	Sí. Para comprar lidl	Sí para comprar en el mercadona y porque es la zona donde vivo y paseo por allí	Una vez mes	No
Más de 50 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	Sí, paseo , una vez a la semana	No	Sí , paseo una vez semana	Muy pocas veces c	Muy pocas veces	Un par de veces al mes.....compras	Todos los martes	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Poligon Industrial de la Farinera	A pie	Paseo	paseo	Compras	Paseo	Paseo	Compras	dos meses	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Habitualmente por paseo	Diariamente porque es mi zona de trabajo	Frecuentemente por paseo	No	Habitualmente al supermercado Escat por vivir en la zona y por la calidad del producto	Solamente si Decathlon	Sí, cada semana	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	Coche	No	Sí, de paseo	Sí, de paseo	No	Sí, paseo	A menudo, compras y paseo	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Sí, minimo 2-3 veces por semana, paseo	Sí, paseo, 2-3 veces semana	Sí, paseo, 2-3 veces semana	Sí, trabajo. 5 dias semana	Sí, compras, 1-2 veces semana	Sí, compras decathlon, un par de veces año	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Pocas veces, por los precios	Poco ó nada. Paseo.	A menudo. Compras.	Nunca.	Siempre. Compras. Paseo.	A veces. Compra.	Una vez al mes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Pocas veces, por los precios	Poco ó nada. Paseo.	A menudo. Compras.	Nunca.	Siempre. Compras. Paseo.	A veces. Compra.	Una vez al mes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	Sí voy una vez por semana	Pasro	Paseo	No	Lidl compras	No	No	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	si no	no	paseo	si al mercado	si compras	no	una vez al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Paseo y compras	Paseo	Paseo y compras	Paseo	Paseo compras	Compras	No	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Paseo	No	No	Sí, psseo	No	Sí, compras	Dos, cada martes	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balme?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	Paseo a menudo	Paseo a menudo	Paseo a menudo	Paseo a menudo	No	Compras, poco	A veces	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	No	No	Paseo	Paseo	A menudo compra paseo	Poco	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	poco paseo gompras depende	Paseo	Paseo	Paseo tomar algo	Compras	Si bastante compras paseo vivo ay jiji	si una o dos veces	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	si, a menudo a pasear o tomar algo	Si, a menudo de paso hacia mi casa	Si, a menudo de paseo y ocasionalmente de compras	Si, habitualmente de paso hacia el trabajo, una vez por semana de compras y de paseo	Si, de paseo ocasionalmente, o a tomar algo	Ocasionalmente, compras en decathlon básicamente	Si, tres veces al mes	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	Semanalmente de compra	Soy poco habitual por esta zona	Poco habitual	De paseo pocas veces	Con frecuencia de paseo y compras	Poca frecuencia a decathlon	Si de vez en cuando	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	No	Cada día de paseo	Cada día de paseo	Cada día de paseo	Nunca	Ocasionalmente de compras	No	No
Más de 50 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Si, paseo, compras.	Si, paseo, compras.	Si, paseo, compras.	Si, paseo, compras.	1 vez al mes, paseo, compras.	Si, gimnasio, compras.	2 veces al mes	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Àrea del Tir Olímpic	A pie	No voy el camello vive en otro barrio	Ahí si voy, el camello vive ahí	No,sólo voy donde el camello	De noche, con lo que me dá el camello	No,ahí no está el camello	Si... Ahí también hay un camello pero este tiene más pasta y voy poco...	No,	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	No,productos de precio elevado	Calle de paso al centro del pueblo	Paseo,calle de paso	No	Lidl una por semana	Paseo,compras una o dos veces al mes	No	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	No	Si siempre	No	Si turismo	Vivo ahí	No	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Paseo una vez por semana	Una vez por semana paseo	Una vez por semana paseo	Una vez por sana paseo	Cada día compras	Una vez por sana paseo	Nunca	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	Poco, de paso	A veces, de paso	Poco	viernes de cole. Ocio	si, a menudo. Compras	si, compras y ocio	no, trabajo	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Compras	Comprasno	Nopaseo	Paseo	Non	No	Cada semana	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	Motocicleta	Si, 2 veces mes, compras	Si, 2 semana, paseo	No	No	Si, lidl, 1 mes, compras	Si, compras	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	Poco,de paseo	Poco y de paseo	Poco y de paseo	Poco y a tomar algo	Con frecuencia, a comprar	Aveces al dechathlon	No,trabajo	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	A pasear	De paso	De compras	Paseo	Habitualmente a comprar	Comprar y visita fa	Nunca	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	No	Si	No	Si paseo	Si compras paseo etc	Si compras	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	No	Paseo	Paseo	Paseo	Supermercado	Paseo	Cada martes	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Pantiquet	A pie	Si, cada semana para comprar carne y embutidos	No	Si a pasear	Ocasionalmente a pasear	No	Una o dos veces a la semana a comprar	Si puedo por trabajo, a pasear y a comprar algo	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	1 vez a la semana por paseo	No	1 vez a la semana paseo/compra	No	No	Si compras	No	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Más de 50 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	no	no	si, esporadicamente	no	si, habitualmente	si, esporadicamente	no	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Si, solo a buscar cosas específicas, dos veces al mes.	No	No	Fin de semana, tomar algo en las terrazas	No.	Si. Decathlon y Mercadona. Dos veces al mes	Si, dos veces al mes	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Varias veces a la semana para pasear	No	No	Si, cada día tanto a comprar como a tomar algo o cenar	No	No	Si una vez al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	Poco, compra	Poco, compras	Poco, compras	No	Si, casi a diario, compras y de paso a gallecs	Poco,compras	Si, una vez al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Muy amenudo, a tomarme algo o cenar en las terrazas de la plaza	Si, compras y paseando para ir al capebollón municipal	Casi diario, mi hijo va al colegio Lestonnac que esta en rambla Balmes	Muy amenudo ya que compro en el mercado municipal y es paso de mi casa al centro	Muy pocas veces al año y si voy es por compras	Muy poco y cuando voy es para ir al Decathlon	Si, cada semana	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	A tomar algo en las terrazas semanalmente	Ocasionalmente para ir al área de girona	Semanalmente de paseo	Semanalmente de paseo	Alguna vez al lidl	Mensual a mercadona	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Fiestas de castellers	Paseo	Paseo	Champanillo	No	Si	Una vez al mes	No
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Cada semana y por compras	No voy a la rambla nova	Paseo	Por compras	No voy casi nunca	Decathlon 4o5 veces al año	Muy poco	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Panfiquet	A pie	No	No	Si, paseo y en ocasiones compras	No	Escasamente	Si, habitualmente	No	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Si, per passejar	Si. De pas, cada dia	Doncs poques vegades	Si, cada dia, de compres per passejar de pas, cada dia	No, mai	Si, poques vegades	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Calderí	A pie	Nunca	Poco . Paseo	Nunca.	Amenudo. Tomar algo	Casi nunca. Compras	Nunca	Si 2o4 veces al año	No
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	No	Pocas veces	No	Siempre de paseo	No mucho	Pocas veces y de paseo	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Paseo	Paseo, compras	Paseo, compras, diariamente	Paseo,compras, diariamente	No	1 vez al mes, paseo, compras	No por horario laboral	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	No suelo comprar	Paseo	Paseo	Compras y paseo	No	Pocas ocasiones	Siempre que pueda y no trabajo	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Centre	Coche	si, de paseo. Una vez por semana.	si, de compras y de paseo. Cada día	.Cada día de paseo o de compras	Si cada 3 dias de paseo	si 1 vez al mes	si cada semana de compras	si. Cada martes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	Compra . y voy en pocas ocasiones	Muy poco	Paseo y compras	Si, en ocasiones	No voy	Voy en pocas ocasiones	Si y voy 4 veces al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Gallecs	A pie	no.	no, falta de tiempo y horario	si comprar pasear tomar algo	biblioteca	si a menudo	no	no	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Si, siempre. Paseo y tomar algo	Casi nunca	Si, paseo	Si, compra y restaurante	Nunca	En pocas ocasiones, solo por decathlon	No	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Si, varias veces por que por ahí compro el pan	Si de paseo	Si de compras	Si de compras	No	Si de compras	si siempre	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Si, varias veces a la semana. Paseo y compras.	Si, Poco (paseo)	Si, A menudo. Compras y paseo.	Si, Cada día. Paseo, compras, gestiones	Si, De vez en cuando. Compras.	Si, De vez en cuando. Paseo y compras.	Si, Cuando puedo, por que trabajo fuera.	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Si de paseo	Paseo	Paseo	Compras y paseo	No	Si de compras	No puedo por trabajo	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	Si. Paseando	Resido ahí	No	Si paseando	No.	Paseo	Una vez al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	No	si,compras y paseo un par de veces por semana	Si paseo..un par de veces por semana	No	Si supermercados	Si,Decathlon,cuando necesito algo	si,2 veces al mes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	No	No	No	Compras y paseo	No	Compras	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Paseo	paseo	Paseo	Paseo	Compras	Compras, mensual	no	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Paseo	Paseo	No	Compras	Familia	Comprar	1 mes	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	No	Vivo y trabajo allí	No	No	No	No	Uns mes	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	De paseo muy ocasional	Si, un familiar vive justo al lado y tengo que pasar.	No	No	Si, ocasinal.	No	Si, 3 veces al mes mas o menos segun mi trabajo	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	No	No	No	No	No	Decathlon cada 15 días	No	No
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	No. Acudo ni ha comprar ni ha pasear	Poca frecuencia	Poca frecuencia	Vivo en la illa	Poca	Si acudo poco pero cuando he de comprar algo	No	No
Más de 50 años	Sí	Gallecs	Coche	A la semana	Si	Paseo	Pasearpasear	Pasear	A comprar	si	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	2-3 veces por semana. Compras.	Si, 1 vez a la semana. Paseo.	Casi cada día, compras, paseo.	Si, un par de veces en semana compras, paseo.	No suelo ir.	Alguna vez para ir al decathlon.	Si cuando me lo permite el trabajo.	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Paseo, una vez por semana	De paso, una vez por semana	Compras, semanalmente	Paseo y compras, semanalmente	Compras, a diario	Compras, una vez al mes	nunca, no puedo por horario laboral	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	Paseo cada semana	Paseo cada semana	Paseo cada semana	Paseo cada semana	Si por ropa o juguetes	Compras al decathlon	Si una vez al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	No	No	No	No	Si, cada dos o tres días. De compras	No	no	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	Muy pocas veces	Más frecuentemente	A veces	Paseo	Compras	Muchas veces, compras	Muy pocas veces	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	Motocicleta	Paseo	Paseo	Paseo	No	Compras	Compras	Esporadicamente	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Si, pero solo a pasear	Si, para pasear	Si, para pasear, y realizo alguna compra de vez en cuando	Solo a pasear	Si, para hacer las compras generales	Solo al Decathlon y a algun restaurante	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Paseo	Paseo	Casi nunca	Compras	Compras	Muy poco	Dos veces al mes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Tres veces en semana, compra, paseo y ocio	A diario, paseo	No	Varias veces en semana, paseo y compra	No	No	No	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mula?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	Nunca	Paseo	Paseo	Paseo	Nunca	Con frecuencia de compras por cercanía	Nunca solo en agosto una vez	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Paniquet	Bus urbano	No muy a menudo porque lo tengo lejos y voy a comercios mas cercanos	Alguna vez a realizar alguna compra	Solo acudo de paseo o alguna tienda especifica que no hay en otra zona	No, lo tengo alejado	Si, acudo al lidl porque es muy económico y a la juguetería una vez al mes	Acudo a los restaurantes y decathlon una vez o dos al mes	Una o dos veces al mes, iría mas pero está alejado de mi casa	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	paseo	compras y paseo	compras y paseo	paseo y compras	no	compras	no trabajo	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Paniquet	Coche	No	No	Si	No	No	Si	no	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Can Paniquet	A pie	Paseo, compras, etc.	Paseo, compras, etc.	Paseo, compras, etc.	Paseo, compras, etc.	No.	Paseo, compras, etc.	No	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Can Paniquet	A pie	no	paseos	paseos	paseos	no	compras paseos	una dos como mucho al mes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Paniquet	A pie	De paseo una ve por semana aprox.	Habitualmente no.	De paseo o por compras una vez por semana aprox.	Habitualmente no y si vamos es de paseo.	Habitualmente no.	De paseo y compras unas 3 veces por semana.	si una vez al mes aprox.	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Paniquet	Coche	Si. A por carne. Puntualmente	Si. Por compras	Si. Por pasear. Semanalmente	Si. Por pasear y biblioteca	No mucho	Si. Varias veces en semana por proximidad, compras y paseos	No. Coincide con horario laboral	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Santa Rosa	Motocicleta	Paseo	Paseo	No	Paseo	No	Paseo	2 veces al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Si. Diario.paseo de compras	cada día de paseo.....	cada día de paseo .....	Cada día de paseo y comprar	1 vez al mes de paseo	No .	4 veces al mes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Muy poco o nada	Siempre	Siempre	No mucho, y para cenar en la noche	No, para nada	A veces de paseo y muy poco de compras	A veces, una o dos veces al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Paseo	Paseo	Paseo	Paseo	Paseo	Compras	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Pocas veces, no tengo costumbre	A veces, de paseo	Muy a menudo, paseando	A veces con el niño	No	Si compras , paseo	Si, casi todos los martes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Lourdes	A pie	Al mercadillo de los martes	Pasear, y comprar	A comprar	A comprar y pasear	Cada semana a comprar	Cada semana a comprar	si, todas las semanas	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	No	No	No	No	Sí, cercanía	No	No	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Paseo i compras	Paseo una vez a la senana	Compras i paseo casi diario	Diario. Compras paseo. Es donde vivo	Paseo una vez a la semana	Paseo una vez por semana	Si, semanalment	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	Coche	No	compras	Caixa	Compras paso bankia	No	Decathlon l viena	No mucho, 3 veces al año en vacaciones	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Paniquet	A pie	No	No.	Si. A comprar ropa, pasear..	A veces a pasear.	No.	Viena.	No.	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Paseo y compras	Paseo	Paseo	Paseo y compras	No	A decatlón compras	A veces	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	paseos y compras cada tres días	paseo 1 vez al mes	paseo y compras .. cada 6 o 7 días	paseo y compras...cada día	no	1 vez al mes.. compras	si cada martes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	poco, más que nada de paseo	poco	paseo y compras	poco	poco	de paso y compras	1 vez al mes	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	No	Las dos cosas	Las dos cosas	Paseo	Compras	Paseo	alguna q otra vez	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Más de 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Una o dos veces a la semana para compras y paseo	Una o dos veces a la semana para compras y paseo	Una o dos veces a la semana para compras y paseo	Una o dos veces a la semana para compras y paseo	Tres veces a la semana para compras y paseo	No	No	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	Paseo	Compras, paseo y tomar algo	Paseo	Compras, paseo y tomar algo	No.	Si compras, paseo	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	En ocasiones	Poco	De paseo	Paseo	Paseo	En ocasiones de compras	Si, si el trabajo me lo permite, una o dos veces al mes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	No	Paseo	Paseo	Compras y paseo	De tanto en tanto por compras	Alguna vez Decathlon	Raramente	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Ocasional, sin tiempo	No acudo	Ocasionalmente, compras	Esporadicamente, sin tiempo	A menudo, compras	Ocasionalmente, compras	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	No	Poco	Paseo	Paseo .poco	Habitualmente. Compras	Casi nunca	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Sí (paseo, tomar algo)	Sí, paseo	Sí, compras y paseo	Sí, compras y paseo	No	Si compras y paseo	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	Coche	Semanalmente, pero a veces	No	No	Ocasionalmente, al mercat	Esclat, setmanalment	Puntualment/Puntualment, a comprar a Decathlon	No	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Paniquet	A pie	Casi nunca	Si. Compras y paseo. 2 veces por semana.	Casi nunca. Paseo.	Ocasionalmente.	A veces. Paseo y a veces de compras.	Si. A comprar ocasionalmente.	casi nunca.	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	No	Paseo	No	Paseo	Compras	No	No	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri dels Col·legis Nous	A pie	Terrazas. 1 vez al mes.	Tienda de electricidad/Paquistani/China/Bon Area/terrazas 1 vez al mes	Paseo/quioscos diarios/Granier/paseo /banco. 1 vez al mes.	Librería/supermercado /Panadería. 1 vez al mes.	Lidl/chinos/paseo 1 vez al mes.	Decathlon/Viena/paseo. cada 15 días.	Cada trimestre aprox.	No
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Si, pero para ir a los bares cercanos	No, lo mismo salgo sin cartera o sin móvil.	Si, de paseo	Si, de paseo, las compras de allí son carísimas y poca variedad	No, nunca	Si, compras y de paseo	No, las abuelas te atropellan con los carros. Es un peligro	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Si. Habitualmente. Paseo	No	Si, muy frecuentemente para compras	Si, alguna vez. Compras y paseo	No	Si, mensualmente para compras	si, semanalmente	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Paseo de vez en cuando	Paseo y compras de vez en cuando	Paseo, tomar algo muy de vez en cuando	Por compras en supermercado y tomar café con amigos	No suelo ir	Por compras de tanto en tanto	si, una vez al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	A veces, cada 2 meses	Mucho, paseo, compras	Paseo	Poco	Bastante, al crack, al esclavo, compras	Poco, decathlon	2 veces mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Paniquet	A pie	Paseo y bares	Paseo y compras	Paseo de vez en cuando	Si al parque con la niña muy a menudo	Rara vez	Si se compras a menudo	Si cada semana	No
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Dos o tres veces a la semana generalmente por paseo	Poco, por si alguna vez me coge de paseo.	Si, punto de encuentro con amigos o para comprar en el abacus o farmacias...	Si, habitualmente por paseo y compras.	Muy poco, una o dos veces al mes	Si, compras.	Si, todos los días que lo ponen	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Paniquet	Coche	Paseo	Paseo	Compras	Paseo	Compras	Compras	4 al mes	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de Can Paniquet	A pie	A menudo, paseo	De vez en cuando, paseo	De vez en cuando, paseo	A menudo, compras	Nunca	A menudo, compras	No	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	De paseo, de vez en cuando	no	Si, mercadillo, en las vacaciones	si, al veterinario, cuando hace falta	habitualmente, vivo en la zona	si, al decathlon para compras necesarias	Si, cada año o festivos en el trabajo	Sí



1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri del Calderí	A pie	Si, de paseo, 1 vez por semana aproximadamente	Esporádicamente de paseo	Sí, pero de paso o para ir al banco	Sí, para comprar (por proximidad a mi domicilio) o de paseo	Sí, de compras pero muy esporádicamente	Puntualmente para ir a Decathlon	No, coincide con mi horario laboral	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	paseo	compras y paseo	Paseo	Paseo y compras	compras	pocas veces por compra	casi cada martes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri del Centre	A pie	de paso cada día	a veces paseo	bastante compras y paseo	bastante compras y paseo	poco	bastante compras	si, 4 veces mes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Habitual. Compras y de paseo... Vivo alado	Habitual.Compras pequeño comercio y paseo	Poco. Paseo y compras	Poco... Paseo o cenas	Habitual... A supermercado y peluquería	Habitual.. por la escuela , comercio, cenas y paseo	No	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Compras y paseo	Compras y paseo	No suelo acudir	Compras y paseo	Compras y paseo. Vivo cerca.	Compras. Muy pocas veces.	Una vez cada 5 meses	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	Compras y paseo	Compras y paseo	No suelo acudir	Compras y paseo	Compras y paseo. Vivo cerca.	Compras. Muy pocas veces.	Una vez cada 5 meses	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Si, a veces para quedar con amigos en los bares que hay en la zona	Si, cuando tengo que ir a la estación de tren o he quedado en los cuatro bancos tengo que pasar por ahí.	Si, cuando tengo que ir a la estación de tren o he quedado en los cuatro bancos tengo que pasar por ahí.	No mucho	Si, si no dispongo de coche y necesito comprar algo con urgencia, voy al Escat	No, solo si voy al Viena	no	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Para tomar algo en las terrazas	De paseo con poca frecuencia	De paseo, con poca frecuencia	Con mucha frecuencia, compras, paseo, tomar algo	No	Con poca frecuencia, de compras	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	1 x semans	Paseo	Padeo	Paseo	No	Compras	No	No
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	Si, tomar algo.	Si, paseo.	Si, paseo.	Si, paseo	No suelo	Poco, compras en decathlon.	No	No
Más de 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Cada semana	Cada semana	Paseo	Cada semana	Cada.semana	Paseo	No	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri del Centre	A pie	Compras a diario	Paseo, semanalmente	No	No	No	Si, ha comprar	Dos veces al mes	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Borrell	A pie	Solo de paseo	Solo de paseo o de paso	Occsionalmente	De paso	Cada día vivo allí	Dolo compras cuando voy al decation	Si una vez cada 2 meses o así bajar y subir andando desde can borrell y envima cargada es muy pesado ya podrían poner otro mercadillo por esta parte	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	Si Passeig	No	Si Passeig	Si Mercat municipal	No	Si Compres	Si compra directa al pages	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	Nunca voy no es de mi gusto	Vivo allí aunque no suelo frecuentar ningún lugar porque es insulso	Nunca paso por allí	Pocas veces	Pocas veces	Pocas vecss	Pocas veces	No
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Santa Rosa	A pie	De vez en cuando para compras y posadero	De vez en cuando para pasear	De vez en cuando para pasear y compras	A menudo para comprar	A menudo para comprar	Muy de tanto en tanto	Sí. Por lo menos dos veces al mes	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de la Riera Seca	A pie	Paseo	Compras y paseo	Paseo	No	No	Si, compra	No	Sí
Entre 16 y 22 años	Sí	Barri de Can Borrell	Coche	Nunca, muy caro	A veces a todo	No	Sacar perro	Si todo	Si al gym	No que agobio	Sí

1. ¿Cuál es su edad?	2. ¿Vive usted en Mollet del Vallès?	3. ¿En qué barrio de Mollet del Vallès vive?	5. ¿Cómo se desplaza habitualmente por las calles de Mollet?	7. ¿Acude usted a la Plaza de Prat de la Riba (antiguo mercado)?	8. ¿Acude usted a la Rambla Nova? ¿Con qué frecuencia y por qué (compras, paseo, etc.)?	9. ¿Acude usted a la Rambla Fiveller/Rambla de Balmes?	10. ¿Acude usted a la Illa de Can Mulà?	11. ¿Acude usted a la Zona Comercial de Can Borrell (Centro Comercial Gallecs, Lidl, Hotel Ibis)?	12. ¿Acude usted a la Zona Comercial del Barrio de la Riera Seca (Decathlon, Hotel Sidorme, Hiper Vallès)?	13. ¿Asiste al mercadillo semanal de los días martes?	14. ¿Prefiere hacer sus compras diarias en el barrio de su residencia?
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Panfiquet	A pie	Cada quince días para pasear	compras y paseo	Una vez al mes, comprar y pasear	Una vez al mes ,comprar y pasear	Nunca	Una vez a la semana ,comprar y pasear	Todos los martes a comprar.	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri del Calderí	Coche	Sí, paseo	Sí, paseo	Paseo de vez en cuando	Sí, de vez en cuando, a algún restaurante	Sí, a pasear	Sí, de vez en cuando de compras	Cuando pueda	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Panfiquet	A pie	Sí, 2 veces a la semana	Sí, 1 vez cada 2 semanas	No	No	No	Sí, al mercadona, 2 veces al mes	si, unas 2 veces al mes	Sí
Entre 23 y 29 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	Coche	no	no	no	paseo	compras	paseo	no	No
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de la Riera Seca	Coche	No suelo acudir, solo si voy de paso.	No, solo si voy de paso	No	Normalmente no	No	Sí, vivo al lado y también para ir a Decathlon, Burger King.	No, porque estoy trabajando	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	Paseo y alguna compra	Solo de paso	Paseo y compras	Poco	Compras	Compras 2 o 3 veces año	Nunca	Sí
Más de 50 años	Sí	Barri de l'Estació del Nord	A pie	paseandono .m	no mucho.voy más por la illa	voy mucho ha comprar y ha pasear	pasear	para comprar	si alguna vez.no con frecuencia	si,cuando me lo permite el trabajo vacaciones 3 o 4 veces al año	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de Can Panfiquet	Coche	No	A pasear	A pasear	A pasear	Por compras	Cada semana	No	Sí
Entre 40 y 50 años	Sí	Barri de la Plana Lledó	A pie	Si los días de mercado semanal	Si una vez por semana a comprar y pasear	No	si de paseo	Si cada día	Si un par de veces al mes a comprar	Si todos los martes del mes	Sí
Entre 30 y 40 años	Sí	Barri de l'Estació de França	A pie	No	Si por paseo	Si por paseo o compras	Si compras y paseo	No me queda muy lejos	Si por compras	si 2 veces al mes	Sí